



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA



UNAN- MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

FAREM- CARAZO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Carrera: Banca y Finanzas

SEMINARIO DE GRADUACION

TEMA:

**“Emprendedores de Micro financieras un nuevo modelo económico en
Departamento de Carazo – Masaya”**

SUBTEMA:

**“Fundación de una Microfinanciera “nuevo modelo económico” en el Municipio
de San Marcos del Departamento de Carazo.**

AUTORES:

CARNET N°

Br. Cruz Valerio Asley Jonathan

06092611

Br. Narváez Potoy Dina Ruth

06092518

Tutor:

Msc. Pio Santiago Guevara

Jinotepe, Carazo, Nicaragua

2010

ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Valoración del Docente	iii
Resumen	iv
Tema y subtema	v
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
ANTECEDENTES	3
OBJETIVOS	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	5
DISEÑO METODOLOGICO:	6
DESARROLLO DEL SUB TEMA	7
Base legal vigente en Nicaragua para constituir una cooperativa:	7
Matriculas, licencias, impuestos y requisitos municipales para operación de la entidad:	7
Matriculas y licencias:	7
Leyes sobre la cual se registrará la Microfinanciera constituida como una asociación cooperativa	8
Ley no. 499 Ley general de cooperativas y su decreto no. 16-2005	
Reglamento a la ley general de cooperativas:	8
Leyes y reglamentos:	8
Ley Especial de Asociaciones de Micro finanzas:	9
Otros requisitos legales:	10
Requisitos de la Alcaldía	10
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	11
ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	14
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO	15
RELACION CON LOS CLIENTES	16
ASPECTOS DE LA COMPETENCIA	16
➤ MATRIZ DE COMPETENCIA	17

ANALISIS FODA (DIAGNOSTICO DE LA COMPETENCIA) _____	19
DECLARACION DE LA MISION Y VISION DE LA COOPERATIVA _____	23
Misión: _____	23
Visión: _____	23
FODA INSTITUCIONAL _____	24
OBJETIVOS DE LA INSTITUCION: _____	25
Objetivo general: _____	25
Objetivos específicos: _____	25
VALORES INSTITUCIONALES: _____	26
✓ ESTRATEGIAS DE COOFICOR R, L : _____	27
ESTRATEGIAS DIRIGIDAS A LOS COMERCIANTES: _____	29
ESTRATEGIAS DIRIGIDAS A PRODUCTORES: _____	29
ESTRATEGIAS GENERALES: _____	30
PLAN ESTRATEGICO: _____	30
ETRATEGIAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: _____	32
✓ POLITICAS DE LA COOPERATIVA COOFICOR R,L _____	33
POLITICAS DE CREDITO: _____	33
POLITICAS DE COLOCACION: _____	33
POLITICAS DE RECUPERACION: _____	34
POLITICAS GENERALES: _____	34
POLITICAS INTERNAS: _____	35
✓ Manual de ahorro: _____	38
ESTUDIO DE MERCADO _____	39
COOFICOR R, L OFERTARA LOS SIGUIENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS: _____	40
✓ CREDITO PARA NEGOCIO _____	42
✓ CREDITO OCASIONAL: _____	43
➤ FACICREDI: _____	43
✓ CREDITO AGRICOLA: _____	45
➤ SERVIAGRO _____	45
✓ OTROS CREDITOS: _____	46

CREDIEDUC: _____	46
CRESALUD : Dirigido a aquellas personas asalariadas o que tengan la necesidad de compra de medicamento _____	47
✓ CREDIS: CREDITO PARA DISCAPACITADOS: _____	48
Crédito dirigido especialmente a personas con alguna discapacidad física (por ejemplo, personas que hayan perdido algún miembro, lisiados de guerra etc.) _____	48
✓ ANTICIPO SALARIAL _____	49
✓ OTROS SERVICIOS: _____	49
EL ENVIO: _____	49
SERVICIO DE CAJA RAPIDA: _____	49
PROCESO DE OTORGAMIENTO DE CREDITO _____	50
ESTRUSTURA ORGANIZACIONAL: _____	55
FUNCIONES DE LOS PRINCIPALES CARGOS DE COOFICOR R, L _____	56
ANALISIS DE LOS RESULTADOS: _____	58
CONCLUSIONES _____	89
BIBLIOGRAFIA _____	90
ANEXOS _____	91

Anexo 1:

ACTA CONSTITUTIVA Y ESTATUTOS DE LA COOPERATIVA **“COOFICOR” R.L.**

Anexo 2 :Encuesta realizada a Comerciantes

Anexo 3 :Encuesta realizada a Productores agrícolas

Anexo 4 : Tablas de Frecuencia de la encuesta realizada a productores agrícolas

Anexo 5: Tablas de frecuencia realizada a propietarios de negocios

Anexo 6: Plano de la Cooperativa

Anexo :7: Brochures

Anexo : Glosario

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de graduación, primeramente a Dios que me brindo la sabiduría, paciencia, perseverancia y fortaleza para lograr cruzar todas las pruebas que se presentaron a lo largo de estos años.

A mi madre Socorro Valerio y hermanos que con su apoyo y amor incondicional me han ayudado a salir adelante.

Asley Jonathan Cruz Valerio

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de graduación primeramente a Dios que me brindó la capacidad de entendimiento, la sabiduría y sobre todo la paciencia para lograr alcanzar mis metas.

A mis padres con meritó especial, que con su ayuda y amor incondicional me apoyaron en el transcurso de estos años.

Dina Ruth Narváez Potoy

Agradecimiento

Le damos gracias a Dios, nuestro señor todopoderoso por brindarnos la oportunidad de tenerlo presente en los momentos difíciles, llenándonos de valor y sabiduría ante las adversidades y haber logrado finalizar nuestro trabajo de Seminario de Graduación satisfactoriamente.

A los profesores que con mucha paciencia, nos han conducido siempre por el camino del bien, y por su entrega en la enseñanza superior inspirándonos admiración y perseverancia para lograr nuestras metas.

A nuestro tutor Msc. Pio Santiago Guevara por brindarnos siempre su apoyo para la culminación de este trabajo.

Cruz Valerio Asley Jonathan

Narváez Potoy Dina Ruth

TEMA

“Emprendedores de Microfinanciera un “Nuevo Modelo Económico” en los Departamento, de Carazo y Masaya”.

SUBTEMA

“Fundación de una Microfinanciera “nuevo modelo económico” en el Municipio de San Marcos del Departamento de Carazo.

Resumen

El presente trabajo “Emprendedores de Micro financieras, un nuevo modelo económico” ofrecerá productos o servicios financieros a todos los sectores o actividades económicas tomando en cuenta los siguientes aspectos;

- a) El aspecto legal (leyes vigentes de la República de Nicaragua relacionadas a las micro financieras)
- b) Análisis FODA (diagnostico de la competencia)
- c) Análisis FODA (factores internos y externos de **COOFICOR R, L**)

También se establecieron políticas y estrategias que deberán ser cumplidas por los socios de la Cooperativa las cuales son:

Estrategias:

- 1. Estrategias dirigidas a comerciantes
- 2. Estrategias dirigidas a productores
- 3. Estrategias Generales
- 4. Estrategia de publicidad se realizará cada tres meses por medios de comunicación:(Por radio Perifoneo Brochures Afiches)

Esto con el objetivo de captar un mayor número de socios y clientes para la cooperativa.

Las estrategias están enfocadas especialmente a todos los sectores o actividades económicas, el estudio reflejo que estos sectores son los que sobresalen en la economía de este municipio y por lo tanto necesitan de financiamiento económico.

Así mismo se hizo un estudio de mercado en donde se valoró los servicios que la competencia oferta.

Para poder obtener la información necesaria se aplicaron instrumentos de recopilación de información como: Encuesta aplicada a los propietarios de negocios comerciales del Municipio de San Marcos y encuesta aplicada a productores Agrícolas del Municipio de San Marcos

Visitas a instalaciones de Micro Financieras

Observación Directa

Se utilizó el Programa SPSS

La Cooperativa COOFICOR R, L iniciará sus operaciones en Marzo del año 2011, con un capital inicial en concepto de donación y aportación de los socios ofreciendo los siguientes servicios:

- a) Ahorros
- b) Colocación de crédito.

La estructura organizativa se regirá por la Junta Directiva.

INTRODUCCIÓN

La Cooperativa COOFICOR R, L se dedicara al otorgamiento de crédito y promover el ahorro entre sus socios y clientes, este trabajo ha sido elaborado en base a encuesta, investigaciones, y análisis obtenido del trabajo de campo e investigación en otras cooperativas.

Esta cooperativa “COOFICOR” R, L establecerá sus políticas y estrategias de funcionamiento y estructura organizacional.

El análisis de los resultados tiene como propósito conocer la competencia y quiénes serán nuestros futuros socios y clientes, así mismo se han elaborado un conjunto de estrategias que definen los objetivos a cumplir para la cooperativa en el año 2011, con el propósito de establecerse y tener una buena posición competitiva en el mercado financiero, en la ciudad de San Marcos y sectores aledaños.

Para la obtención de la información del estudio se consultaron fuentes primarias y secundarias: (aplicación de encuesta a dueños de negocios y productores agrícolas), esta información ayudó a conocer las problemáticas, y necesidades de estos sectores económicos.

JUSTIFICACIÓN

Debido al crecimiento económico que el Municipio de San Marcos ha tenido en los últimos años, se ha decidido crear un nuevo modelo de Cooperativa de Ahorro y Crédito con el propósito de brindar un mejor servicio a los distintos sectores económicos, dejando atrás el modelo tradicional que caracteriza a la competencia.

Actualmente las instituciones financieras que existen en el municipio de San Marcos no cuentan con las condiciones que permitan darle solución a las necesidades demandadas por los sectores o actividades económicas.

En este sentido se hace necesario crear nuevos productos o servicios dirigidos a satisfacer en parte las necesidades que estos presentan.

Se empleó como instrumento de recolección de datos la encuesta, dirigida a los dueños de negocios comerciales y agricultores, con el propósito de conocer el servicio que brindan las otras instituciones, lo que ha permitido elaborar estrategias más acertadas que garanticen el éxito de la institución.

Con este nuevo modelo se pretende mejorar la calidad de vida de los futuros clientes o socios y a la vez generar recursos a la institución, ofreciendo créditos a tasas de interés justas y moderadas, esto en dependencia del monto solicitado.

ANTECEDENTES

Las micro finanzas surgieron en Nicaragua y en América Latina, como una de las respuestas a las medidas de ajuste estructural, que tuvieron como uno de sus resultados inmediatos el incremento del desempleo. En Nicaragua, el ajuste estructural fue ampliando más y más el sector informal de la economía a partir de 1990, hasta llegar a ser, desde el año 2002, según datos del FIDEG, el 75% de la población económicamente activa. Una cifra enorme. En este 75% hay gente en microempresas, en muy diferentes rubros de la economía. Lo que tiene en común toda esta gente es que son cuentapropistas, trabajan por cuenta propia y se generan sus ingresos. En ese sector informal un 60% son mujeres. Y entre esas mujeres, casi el 80% manejan negocios de subsistencia. Es un dato revelador: en la base de quienes se benefician de los microcréditos hay muchas mujeres muy pobres. En la base económica está la gente que vive en la subsistencia, encima está la microempresa, más arriba la pequeña empresa -mayor que la micro-, encima la mediana empresa y en la cúspide, algunas empresas grandes, las sociedades anónimas y las compañías. Hasta 1990, los pequeños y medianos comerciantes y productores tenían en Nicaragua dos fuentes formales de financiamiento: el Banco Nacional de Desarrollo y el Banco de Crédito Popular. La tercera fuente era la del crédito de usura, que tiene aún mucha presencia y que siempre es más activo en la base, en los niveles de subsistencia. El Banco de Crédito Popular no llegaba a los negocios de subsistencia, atendía del micro y pequeña para arriba y especialmente a los comerciantes. El Banco Nacional de Desarrollo proveía el crédito agropecuario. Al desaparecer ambos bancos estatales, precisamente en el momento en que se incrementó sustantivamente el desempleo y creció el sector informal, se provocó un desabastecimiento financiero. En ese momento entraron las micro financieras y desde entonces juegan un papel importante.

Las micro finanzas se definen como la prestación de servicios financieros a clientes de bajos ingresos incluyendo a los auto empleados.

Son mecanismos innovadores de crédito y facilidades de ahorro destinados a aquella porción de la población excluida del sector financiero formal.

OBJETIVOS

Objetivo General

Contribuir al desarrollo económico de las pequeñas y medianas empresas del Municipio de San Marcos, Departamento de Carazo a través del establecimiento de una Micro Financiera.

Objetivos Específicos

- 1) Enmarcar la Base legal para la constitución de una Micro financiera en el municipio de San Marcos
- 2) Conocer la oferta y la demanda monetaria para impulsar un plan de financiamiento que se adapte a las características productivas y comerciales
- 3) Definir las políticas y estrategias financieras a implementar, con un programa de asesoramiento que ayude al desarrollo económico de los productores y comerciantes.
- 4) Elaborar la estructura organizativa y describir las funciones de los cargos claves para el buen funcionamiento de la misma.
- 5) Proponer estrategias del nuevo modelo a implementar en las diferentes actividades económicas, brindando mejores tasas de interés y plazos de pago acorde al financiamiento.

DISEÑO METODOLOGICO:

Los métodos utilizados para la realización del trabajo son la investigación bibliográfica.

Además se utilizó como método la Investigación Descriptiva con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Se utiliza la investigación no experimental porque no se manipulan variables es decir no se construye situaciones, y es transeccional longitudinal, ya que existe una recolección de datos.

Se tomó una población de 479 negocios en el Municipio de San Marcos para aplicar la encuesta determinando una muestra de 50 encuestas dirigidas al sector comercio y 30 dirigidas al sector agrícola.

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta, porque generalmente los estudios de mercado que se realizan utilizan este instrumento, todo esto con el fin de conocer los diferentes estados de opinión que ayudaron a realizar el estudio de mercado.

DESARROLLO DEL SUB TEMA

Base legal vigente en Nicaragua para constituir una cooperativa:

Requisitos para inscribirse como contribuyente ante la Dirección General de Ingresos (DGI):

Asociaciones Cooperativas:

- a) Original y copia certificada del acta constitutiva y sus estatutos debidamente inscrita en el INFOCOOP.
- b) Certificado del Ministro de INFOCOOP, donde se aprueba la personería jurídica.
- c) Libros contables debidamente inscritos en el INFOCOOP.
- d) Fotocopia de último recibo de agua, luz o teléfono de la Cooperativa, o en su defecto copia del contrato de arriendo con una copia de último recibo de servicio básico del dueño del inmueble para hacer constar la ubicación del negocio.
- e) Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal

Matriculas, licencias, impuestos y requisitos municipales para operación de la entidad:

Matriculas y licencias:

- a) Realizar una solicitud por escrito de apertura, la cual debe constar con los siguientes datos:
- b) Tipo de negocio, dirección de negocio, nombre del negocio, fotocopia de cédula del solicitante, fecha de inicio de operación, inventario de capital invertido.

Leyes sobre la cual se registrará la Microfinanciera constituida como una asociación cooperativa

Ley no. 499 Ley general de cooperativas y su decreto no. 16-2005

Reglamento a la ley general de cooperativas:

La presente Ley establece el conjunto de normas jurídicas que regulan la promoción, constitución, autorización, funcionamiento, integración, disolución y liquidación de las cooperativas como personas de derecho cooperativo y de interés común y de sus interrelaciones dentro de ese sector de la economía nacional.

El reglamento tiene por objeto desarrollar las normas jurídicas contenidas en la Ley 499 “LEY GENERAL DE COOPERATIVAS”, publicada en la Gaceta N° 17 del 25 de Enero 2005, a excepción de la de naturaleza funcional y organizativa del Instituto de Fomento Cooperativo.

Leyes y reglamentos:

En nuestro país el marco legal que rige a las instituciones micro financieras entre ellas las fundaciones sin fines de lucro, las asociaciones cooperativas, ONG, entre otras, se manejan aún por las normas generales del Derecho:

- a) Constitución Política
- b) Código Civil
- c) Código Mercantil
- d) Código Penal
- e) Ley de Prenda Agraria e Industrial
- f) Ley de Títulos Valores
- g) Ley General de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro
- h) Ley Reguladora de Préstamos entre Particulares y su Reforma

Ley Especial de Asociaciones de Micro finanzas: Asamblea Nacional de Nicaragua, Managua, Abril 2003 cuyos principales acápites son:

Objeto: Regular la organización, registro y funcionamiento de las Asociaciones de Micro finanzas (AMF).

Constitución: Se crean sobre la base de la “**Ley General sobre Personas Jurídicas Sin Fines de Lucro**” (Ley 147/92).

Se registrarían en el Ministerio de Gobernación y ante la Comisión Reguladora.

Capital Inicial: U\$ 200 mil (las IMF existentes con un capital menor tienen 2 años para aportarlo).

Tasa de Interés: Tasa Libre, de acuerdo con la Ley No. 561 “Ley General de Bancos, instituciones financieras no bancarias y grupos financieros”, arto 50 y 51)

Organismos Reguladores y Supervisores:

- a) **comisión reguladora de entidades de micro finanzas**, adscrita a la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, integrada por tres miembros: el Superintendente de Bancos, o su delegado, quien la presidirá, un delegado del Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC) y un representante del Ministerio de Gobernación.
- b) **instituto nicaragüense de fomento cooperativista (infocoop)**, autoridad de aplicación de la Ley No. 499 “Ley general de cooperativas y su decreto”
- c) **consejo nacional de cooperativas (conacoop)**, Órgano de Participación amplia, de información, consulta, de asesoramiento, elaboración, o presentación de políticas y programas de fomento, promoción, inversión, y desarrollo de la organización cooperativa.

d) **Asomif**

La Asociación Nicaragüense de Instituciones de Micro finanzas (ASOMIF), fue constituida el 27 de Noviembre de 1998 y su personalidad jurídica le fue otorgada por la Asamblea Nacional el 7 de Octubre de 1999.

Nace con el fin de conformar una Asociación representativa de la industria de las Micro finanzas en Nicaragua; que permitiera abrir espacios institucionales a las organizaciones afiliadas y apoyar el desarrollo del capital humano de tales instituciones para lograr una mayor capacidad de gestión financiera y administrativa del sector

Otros requisitos legales:

- a) Elaboración del acta constitutiva ante un notario publico
- b) Inscripción en el diario La Gaceta
- c) Inscripción ante el Infocoop

Requisitos de la Alcaldía

- a) Fotocopia de la cédula de identidad de los miembros que conformaran la junta directiva.
- b) Fotocopia del acta constitutiva
- c) Nombre de la razón social
- d) Que la propiedad donde esté ubicado el negocio este solvente de los pagos de bienes inmuebles.
- e) Declaración de ingresos promedios
- f) Declaración de la inversión

ANALISIS DE LA DEMANDA

El Municipio de San Marcos cuenta con una población económicamente activa del 80% en la zona urbana y lugares aledaños, de los cuales se dedican al comercio, de este sector se pretende captar un 30%, a causa de la competencia que existe en el municipio se atenderá este sector para brindar una mejor vía de financiamiento que permita su desarrollo económico con facilidades de pago y plazos de acuerdo al financiamiento y de esta manera captar nuevos clientes.

CALCULO DE LA DEMANDA TOTAL	
DEMANDA TOTAL AGRO	816,110
DEMANDA TOTAL COMERCIO	329,692
DEMANDA TOTAL	C\$1,145,797

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocio y productores agrícolas

Para evaluar la demanda se tomó en cuenta a las personas que han solicitado financiamiento en las micro financiera con el propósito de saber qué porcentaje representan el universo y hacer notar la importancia que estos tienen por ser clientes potenciales para **COOFICOR R, L** quienes en un momento determinado pueden convertirse en clientes reales siempre y cuando se elaboren estrategias adecuadas.

El estudio se dirigió a los dueños de negocios comerciales y productores agrícolas, por lo tanto en la encuesta se elaboraron preguntas cerradas y abiertas para obtener datos de las personas que no solicitan crédito y principalmente los que si solicitan, es por eso que los resultados fueron analizados por el programa SPSS, según el número de clientes.

El 81.83% de la muestra han trabajado con crédito y el 18.17% no han solicitado financiamiento pero señalan que si les gustaría.

Los datos encontrados indican que existe una tendencia de demanda para el nuevo modelo de micro financiera, esto puede permitir a **COOFICOR R, L** poder incursionar en el mercado y de esta manera lograr desarrollar nuevos productos o servicios que facilitarán la adquisición de créditos.

Las instituciones a las que más solicitan financiamiento los pobladores son FAMA, con un 35.48% para el sector comercio y FDL con un 35.71% para el sector agrícola, los montos solicitados en ambos sectores nos indican que es de C\$ 9,000 a C\$ 20,000, sobresaliendo tanto el crédito comercial como el crédito agrícola, además los resultados indicaron que la tasa de interés que predominan es del 3% mensual para el crédito comercial y un 4% mensual para el crédito agrícola. Siendo otorgados a plazos no mayores de 12 meses en algunos casos.

El 84.09% dicen estar satisfechos con el servicio recibido por parte de estas instituciones y el 15.91% dicen no estar satisfechos, esto en el sector comercio, porque a la hora de recibir el crédito le deducen costos por el trámite para el otorgamiento de crédito, además por las altas tasas de interés y algunas veces por la mala atención que reciben.

Las expectativa que presentan los pobladores en la encuesta aplicada indican que el 89.58% estarían de acuerdo con el establecimiento de una micro financiera en este municipio que venga a darle solución a los problemas económicos que estos enfrentan y por ende ayudar al desarrollo económico del municipio. (Con respecto al sector comercio)

La información ha demostrado que la expectativa de un nuevo modelo de micro financiera es que esta brinde bajas tasas de interés con un 33.33%, plazo acorde al financiamiento, trámite rápido con un y una buen atención con el, de igual manera un 45% les gustaría solicitar un crédito para compra de insumos o sea invertirlo en el negocio, esto en el caso del sector comercio y un 35.40% para la compra de granos y semillas para el sector agrícola.

Los datos reflejan que el 62.07% de los encuestados trabajan con capital financiado y el resto obtiene sus ingresos a través de su propio negocio.

El estudio ha demostrado que el cliente realiza una investigación sobre las diversas fuentes de financiamiento por las que puede optar como son las

instituciones financieras existentes. Para ello tratan de conocer los plazos, tasas de interés, requisitos, tipos de garantías entre otros.

Así mismo estos poseen conocimientos de los diferentes servicios financieros que existen en el municipio y sectores aledaños, para ello los cliente se toman el tiempo para analizar que alternativa le es factible.

Con respecto a los servicios y productos que mas demanda la población son los créditos comerciales con un 80.95% esto en el casco urbano y en la zona rural el servicio más demandado es el crédito agrícola con un 83.33% lo que demuestran que existe una demanda de adquisición de crédito.

Además existe una demanda insatisfecha por el mal servicio que brindan algunas instituciones, esta demanda insatisfecha representa para la cooperativa una oportunidad para incursionar en el mercado con nuevos productos o servicios siendo factible la comercialización de estos y de esta manera satisfacer sus necesidades. De igual manera teniendo adicionalmente la ventaja competitiva de la ubicación geográfica de la cooperativa.

Conocer la demanda, las características, las necesidades, los comportamientos, los deseos y las actitudes de los clientes potenciales siempre puede resultar una cuestión de alto interés para facilitar la planificación estratégica y la implementación de nuevos productos o servicios.

La base informativa que sustenta los resultados siguientes es la encuesta realizada en el Municipio de san Marcos, departamento de Carazo en el cual se utilizó una muestra de 80 encuestas 50 dirigidas al sector comercio y 30 agrícola para saber las necesidades y problemáticas que tiene la población y si estarían de acuerdo con el establecimiento de una Micro financiera. Estructuramos el estudio de mercado con un muestreo aleatorio simple en el municipio.

ANALISIS DE LOS PRECIOS

El establecimiento del precio es de gran importancia, pues este influye más en la percepción que tiene el cliente sobre el producto o servicio en el cual se toma en cuenta el mercado financiero que será dirigido conociendo si lo que busca el cliente son bajas tasas de interés.

En cuanto a las instituciones financieras que existen en el Municipio de San Marcos, es variable estos han sido afectados de manera directa provocando inconformidad en los clientes.

Es por tal razón que las políticas de fijación de precio en la Cooperativa de Financiamiento Comercial y Rural. R, L **“COOFICOR R, L”** determinara la forma en que se comportara la demanda.

Es importante considerar el precio de introducción del mercado financiero, tasas de interés, comisiones. Volúmenes a pronto de pago, promociones, ajustes de acuerdo a la demanda. Esta fijación ser abaja en relación a la competencia con una de 18% anual, lo cual corresponde al 1.5% mensual con el fin de satisfacer las necesidades que el cliente posee y que podrá satisfacerla al tener accesibilidad a los créditos y a su vez facilidades de pago, percibiendo de esta manera la institución márgenes de ganancia y de mayor número de competencia.

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

COOFICOR R, L es una institución que ofertará servicios financieros a los comerciantes, asalariados, microempresarios y productores agrícolas en precios accesibles en relación al mercado actual brindándole una diversa oferta crediticia, plazos flexibles y con mucha rapidez.

Los servicios están encaminados a la satisfacción de las necesidades financieras que requieren la demanda.

La comercialización incluye diversas actividades de marketing:

Publicidad: la institución dirige su publicidad a la población en general para dar a conocer los productos y se hará uso de los medios de comunicación tales como: radiales, brocharse, repartir volantes, manta, perifoneo etc.

Promoción: elaborar plan promocional para captar y mantener activo a los clientes tales como:

- Anuncios publicitarios
- Ventas personales
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas
- Comunicación oral

También se contará con promotores los cuales se encargaran de ofertar a toda la población los servicios que ofrecerá explicando detalladamente requisitos, tasas de interés, plazo y comisiones.

El gerente de la cooperativa será el encargado de ejercer presión sobre los oficiales de crédito a quienes se les establecerá una meta mensual en recuperación de cartera como el incremento en volumen todo esto con una buena supervisión, evaluación y motivación de trabajo de campo como en la institución.

RELACION CON LOS CLIENTES

En la cooperativa se propone tener relaciones estrechas con sus clientes con el objetivo que este se sienta en confianza y que sienta que en la institución él es importante y que más allá de la obtención de un crédito lo que interesa es el bienestar y la satisfacción de los clientes.

Mercado potencial: población económicamente activa ocupada en el departamento de Carazo que tengan ingresos económicos.

Clientes reales: son todos los sectores o actividades económicas que habitan en el municipio de San Marcos y lugares aledaños.

Clientes potenciales: comerciantes y agricultores con ingresos económicos que tengan la necesidad de adquirir un crédito.

Mercado meta: comerciantes, agricultores y población en general que habiten el Departamento de Carazo con poder adquisitivo para adquirir los productos o servicios que ofrece la cooperativa.

Actualmente los pobladores del municipio de San Marcos recurren a las instituciones financieras que existen en el municipio y en sectores aledaños que ofertan productos y servicios a los distintos sectores de la economía.

ASPECTOS DE LA COMPETENCIA

Uno de los propósitos de la investigación ha sido conocer la oferta existente en el mercado porque es importante conocer su comportamiento actual, es decir, la actitud de la competencia a fin de señalar sus principales características y así mismo clasificando las entidades competitivas.

➤ MATRIZ DE COMPETENCIA

MICROFINANCIERA	SERVICIO O CREDITO	TASA DE INTERES	COMISION
4i 2000	-comercial -pequeña industria -pecuario -capital de trabajo	2% mensual	3%
FUNDESER	-comercial -pequeña industria -agropecuario	3%	3.5%
LA MESETA	-comercial -personal -agrícola	2.5% 3% 2%	2%
ACODEP	-personal -comercial -agropecuario -consumo -vivienda -estudio	4.5% 4% 10%	3%
FAMA	-comercial -ahorro	10.26% anual	2.25%
CARUNA	- apertura de cuenta de ahorro - -ahorro navideño - Cambio de	18% anual	3%

	cheque fiscal		
	- Agrícola		
	- Pecuario		
	- personal		
FJN	-comercial	1.80%	3%
	-agrícola		
	-consumo		
	-vivienda		
ASODENIC	-bancos de confianza	3% mensual	2%
	-grupos solidarios		
	-individuales		
	-comerciales		
	-ahorro		
FINANCIERA	- personales	3.5%	2.5%
CENTRAL R,L	- comerciales	3.5%	2.5%
	- agrícolas	3%	2%
	- adelanto salarial	3.5%	2.5%

Tabla 1

Fuente: Visita Realizada a las distintas Micro financieras

ANALISIS FODA (DIAGNOSTICO DE LA COMPETENCIA)

Fortalezas:

- Poseen una base de socios constituidos por un sector importante de la economía, con tendencia a ampliarse con la promoción de servicios que brindara la cooperativa.
- Cuentan con todos sus libros de acta debidamente actualizados.
- Poseen recursos humanos comprometidos con el futuro de la cooperativa.

Oportunidades:

- Oportunidad de mercado potencial en los sectores usuarios de crédito.
- Posibles fuentes de financiamiento.
- Posibilidad de implementar nuevos servicios y productos financieros.
- Estado con población joven (personas que empiezan a adquirir sus bienes)

Debilidades:

- Plazos cortos, montos bajos, altas tasas de interés
- Escasa publicidad
- Falta de coordinación en modalidades de pago con los ciclos productivos de los cultivos y demás actividades económicas.
- Falta de capacitaciones técnicas para los distintos sectores o costo elevado, fuera del alcance de los usuarios
- No realizan foros o asambleas para explicar correctamente a los clientes las condiciones, políticas y forma de pago de los créditos

Amenazas:

- Perdidas por morosidad de cartera.
- Políticas tributarias del gobierno municipal y central.
- Apertura comercial (aumento de la competencia)
- Crisis económica y desempleo (disminuyen los inversionistas y la capacidad de solicitud de préstamos).
- Desconfianza por parte de inversionistas nacionales e internacionales ante inminentes pérdidas económicas

PROPUESTA DE UN NUEVO MODELO ECONOMICO DE MICROFINANCIERA

Nuestra Cooperativa ofertara productos y servicios financieros innovadores dejando atrás el modelo tradicional cooperativista, a través de un estudio de mercado logramos darnos cuenta de los problemas y necesidades que tiene las personas que acuden a las distintas cooperativas es por eso que pretendemos atraer a los clientes con tasas de interés justas y plazos adecuados al financiamiento de igual manera que el cliente reciba un buen asesoramiento a la hora de la solicitud de crédito además sin muchos requisitos, teniendo en cuenta que el cliente es lo principal en la institución .

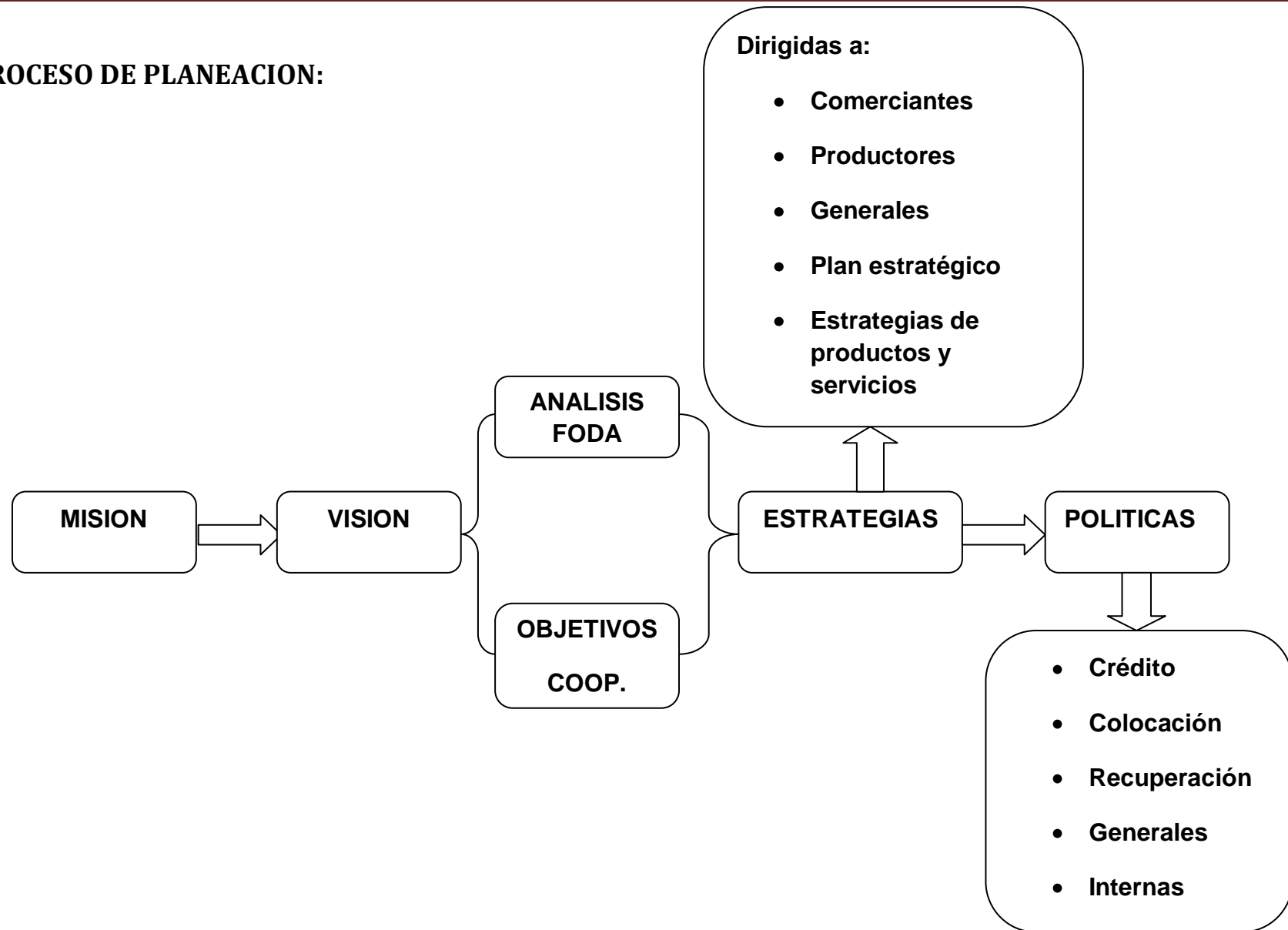
Incursionaremos en el mercado financiero con productos y servicios que las diferentes cooperativas no ofrece, atendiendo la demanda insatisfecha que actualmente existe en este municipio y sectores aledaños, con el objetivo de prestar un mejor servicios y atraer a futuros clientes lo cual venga a ayudar al sector agrícola y comerciantes que no acuden a las micro financieras existentes.

Además pretendemos ser la cooperativa financiera líder en la Ciudad de San Marcos ayudando a promover el potencial económico de los habitantes dándole la oportunidad de desarrollarse y sostenerse económicamente.



“TU FUTURO ESTA EN TUS MANOS”

PROCESO DE PLANEACION:



DECLARACION DE LA MISION Y VISION DE LA COOPERATIVA

Misión:

Contribuir al desarrollo socioeconómico de los pobladores del Municipio de San Marcos, brindándole productos y servicios financieros que les dé la oportunidad de desarrollarse y auto sostenerse económicamente.

Visión:

Constituirse como la cooperativa financiera líder, prestigio, eficiencia y rentabilidad, que le permita promover y desarrollar el potencial económico de los pobladores, y brindando servicios de alta calidad, desarrollo de su capital humano y un impacto económico social positivo.

FODA INSTITUCIONAL

FORTALEZAS	DEBILIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Iniciaremos operaciones de la cooperativa con un personal calificado profesionalmente para el manejo de las operaciones.	Poca experiencia en la ejecución de estrategias.	Las micro financieras facilitan una cultura de no pago, cuando estas son manejadas sin criterios financieros en el proceso de otorgamiento del mismo	La institución está orientada a brindar diferentes servicios financieros que tradicionalmente las otras instituciones no se arriesgan a sumir.
Brindamos un producto atractivo y competitivo en el mercado con servicio personalizado para nuestros socios con bajas tasas de interés.	Falta de financiamiento para cubrir en un 100% la demanda de crédito de los socios, en la primera etapa de la cooperativa.	Probable entrada de nuevos competidores Políticas cambiantes del entorno económico	Establecer relaciones con otras instituciones que comparten nuestra visión y que deseen apoyar el desarrollo de la misma facilitando financiamiento que permitan la auto sostenibilidad de la empresa
La ubicación de la cooperativa está ubicada en el mejor sector comercial.		Políticas municipales y gubernamentales	
Brindamos servicios de capacitación empresarial y conceptos de calidad total en el que se incluye atención, imagen y servicio		Aceptación comercial Crisis económica que siempre enfrenta el país.	

OBJETIVOS DE LA INSTITUCION:

Objetivo general:

Realizar todas las operaciones activas, pasivas y de servicios, propias de la cooperativa de acuerdo a la legislación cooperativa del país, promoviendo el desarrollo de proyectos orientados, mejorar el nivel de vida de los asociados, mediante el otorgamiento de crédito tanto en el área rural como urbana.

Dotar de información integral y detallada al público en general y proveer las herramientas y conocimientos actualizados de los servicios financieros que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito” para manejar, de forma exitosa y efectiva, los grandes desafíos que imponen los continuos cambios que se suscitan en el entorno y el mercado, permitiéndole desarrollarse competitivamente en el área de Mercadeo.

Objetivos específicos:

- Facilitar el acceso de los recursos financieros a los pequeños y medianos empresarios de San Marcos, Carazo de igual manera a los productores del Municipio.
- Hacer préstamos concediendo créditos e intereses razonables para la producción y servicios de apoyo a las actividades productivas rurales, los cuales no serán superiores a las establecidas por la banca comercial.
- Desarrollar proyectos económicos y sociales que benefician a los asociados y a la comunidad.
- Gestionar o adquirir asistencia técnica para mejorar la calidad de administración y de sus servicios.
- Incrementar la participación dentro del mercado financiero de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito
- Atraer mediante nuevas políticas y estrategias, a los clientes
- Formar una Sociedad Cooperativista de Ahorro y Crédito con democracia, responsabilidad, equidad e igualdad ante todos los socios.

VALORES INSTITUCIONALES:

Valores sobre los cuales se fundamenta nuestra entidad:

- **Transparencia:** revelar la información institucional en forma veraz, clara y oportuna.
- **Honestidad:** actuar coherentemente con las normas y principios de la institución.
- **Respeto:** no discriminar por géneros, culturas, razas, religión, políticas, condición física y socioeconómica.
- **Confidencialidad:** cuidado y sigilo en el manejo de la información de los clientes y de la institución.
- **Ética:** actuar conforme el código de conducta institucional
- **Lealtad:** fidelidad hacia la institución.
- **Responsabilidad:** cumplimiento de todas las obligaciones.

✓ **ESTRATEGIAS DE COOFICOR R, L :**

Antes de iniciar a desarrollar estrategias para un servicio financiero se habrá tomado en cuenta lo siguiente:

- Servicio Básico: el servicio que oferta **COOFICOR R, L** es el financiamiento que le otorgan a los clientes que demandan el servicio financiero.
- Servicio Complementario: consiste en la diversificada oferta crediticia que contempla la institución es decir, los diversos tipos de crédito (crédito comercial, agrícola, vivienda etc.)
- Servicio de Apoyo: las diversas promociones que realizara la institución con el propósito de motivar al cliente que trabaje con la institución.

El propósito de las estrategias es tener un amplio y general conocimiento diseñado para alcanzar objetivos organizacionales, además este es diseñado en función de la misión de la cooperativa, requiriendo para su ejecución, concentración de esfuerzos, cursos de acción y asignación de los recursos necesarios, para esto es indispensable realizar un estudio de mercado antes de tomar una dedición acerca de las estrategias que se van a implementar.

Cooficor R, L elaboró sus estrategias valiéndose de las debilidades que presenta la competencia, es por eso que se realizara lo siguiente:

- Estrategia de penetración: Este se enfoca en atraer a los clientes potenciales mediante un oferta de productos y servicios más bajos que la competencia, por ejemplo,
 - Tasas de interés más bajas
 - Rapidez en el otorgamiento del crédito
 - Atención diferenciada
 - Amplia oferta

Además contaremos con un equipo de trabajo altamente competente y con la tecnología apropiada que garanticen la satisfacción de nuestros clientes.

Cooficor pretende penetrar al mercado con una buena imagen institucional y además diferenciarse de los competidores más fuertes (FAMA, FDL, CARUNA Y LA MESETA). Teniendo una amplia oferta crediticia y condiciones del crédito favorable al cliente.

✓ **PLAN PROMOCIONAL:**

Contaremos con actividades de publicidad y promoción:

Publicidad:

- Bamer
- Cuñas radiales (Radio Estéreo Sur, el programa aquí entre nos de lunes a viernes de 7:30am – 9:00am programado cada 3 meses con un costo mensual de C\$ 1000.)
- Perifoneo se realizara cada tres meses en la ciudad de San Marcos y lugares aledaños con un costo de C\$ 300.
- Brochures: serán repartidos cada 6 meses en la ciudad (500 unidades) con un costo de C\$ 2,500.
- Afiches o volantes, se repartirán afiches con información de la cooperativa sobre los servicios que ofrece y los beneficios que tendrán los socios, con un costo de C\$ 1,200.
- Publicidad en gorras, camisetas y delantales.
- Anuncios en páginas amarillas.

Este tipo de estrategia nos ayudara a atraer a los clientes, produce ingresos y utilidades porque:

1. Atrae a los clientes de la competencia.
2. También a las personas no decididas, a transformarse en socios.

ESTRATEGIAS DIRIGIDAS A LOS COMERCIANTES:

- ✓ Al momento de otorgar el crédito, el cliente dará la primer cuota un mes después (por ejemplo, el crédito fue otorgado en el mes de julio, la primera cuota se dará en el mes de Agosto)
- ✓ Si el cliente se atrasa en el pago de la cuota en la fecha estipulada la primera vez no se le cobrara mora.
- ✓ Brindar una buena asesora crediticia al cliente(tasas de interés y plazos)

ESTRATEGIAS DIRIGIDAS A PRODUCTORES:

- ✓ Al momento de solicitar un segundo financiamiento el socio no incurrirá en muchos trámites de papeleo, ya que la institución contara con un expediente.
- ✓ Si se llegara a perder la cosecha por fenómenos naturales (fenómeno del niño y la niña etc.), la institución llegara a arreglos de pago con el objetivo de ayudarle y de esta manera recuperar el financiamiento.
- ✓ La cooperativa brindara capacitaciones a los productores con el objetivo de que estos adquieran más conocimientos para cultivar su tierra.
- ✓ Brindar una buena asesora crediticia al cliente (tasa de interés y plazos)
- ✓ Los productos presentan las siguientes características:
- ✓ Plazos adecuados al crédito
- ✓ Bajas tasas de interés
- ✓ Trámite rápido
- ✓ Buena atención

Todas estas estrategias deben ser formuladas por la alta dirección y la participación exhaustiva de todos los involucrados en la visión del futuro y en la ejecución de los planes estratégicos a utilizarse.

ESTRATEGIAS GENERALES:

- ✓ Conseguir financiamiento para complementar operaciones crediticias para los socios
- ✓ Promover mediante el crédito, capacitación y asistencia técnica a las pequeñas y medianas empresas, comerciantes y agricultores para mejorar la calidad de sus productos y servicios, que le permitan mejorar sus niveles de competitividad y calidad de vida.
- ✓ Promover una cultura de supervisión y mejoras continuas de las operaciones
- ✓ Promover la capacitación dentro de la institución
- ✓ Generar claridad en las estructuras organizativas que ayuden a denotar las operaciones entre individuos y cooperativa.

PLAN ESTRATEGICO:

La panorámica económica en el que se describe la estrategia de la producción para COOFICOR R, L está ubicada en la ciudad de San Marcos de BANCENTRO 3 cuadras al Este, Departamento de Carazo la está basada en la tendencia del mercado a través del comportamiento de los clientes y de los diversos sectores económicos.

A continuación se presenta el plan de producción como una estrategia de lograr alcanzar los niveles esperados para COOFICOR.

- **DEMANDA:** Debido a la demanda insatisfecha que presenta el mercado financiero, y la creciente cantidad de demanda que presenta la población, es que surge la idea de crear un nuevo modelo de Cooperativas, para presentar una oferta atractiva y alternativa, que de solución a la demanda insatisfecha.

La cooperativa de Ahorro Y Crédito COOFICOR R, L contribuirá a que los sectores o actividades económicas puedan desarrollar su actividad gracias al financiamiento otorgado. El plan de producción está orientado a conocer las

necesidades y expectativas de los distintos sectores que son absorbidos por la competencia, pues se trabaja con los principios y valores del cooperativismo, con un enfoque cooperativista, donde la gestión está basada en la calidad, eficiencia, y productividad de la cooperativa.

Competencia.: La competencia que tienen en operación COOFICOR R, L no solo será de otras cooperativas que operen en el municipio sino también de las micro financieras, tales como fundaciones, asociaciones y prestamistas, sin embargo el elemento característico del rasgo del cooperativismo será el criterio que le dé solides a **COOFICOR, R, L** y el elemento distintivo será la fortaleza de tres líneas identificadas como:

- a) La diversificación de productos para responder a las necesidades de los clientes.
- b) El establecimiento de un mecanismo de autorregulación para promover la transparencia y mejorar el desempeño
- c) Necesidad de un mayor interacción entre los actores (cliente-institución)

Tecnología: la cooperativa **COOFICOR R, L** utilizará una tecnología que estará orientada a mejorar la gestión y control del desempeño (Internet, software, etc.) el equipamiento que requerirán la cooperativa estará dado por el volumen de servicio que esta preste.

Fuerza laboral: La cooperativa en su objetivo de brindar un servicio orientado al cliente, pretende esforzarse por alcanzar el estándar de calidad total, todo esto basado en los valores, misión y visión de la cooperativa, de cada uno de los que laboren en ella y de esta manera se contratara personal altamente calificado , moral y profesionalmente .

ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS:

CONCEPTO	OBJETIVO	CONSISTE EN
Producto	Dar a conocer un producto de alta calidad dando a saber tasas de interés, beneficios, etc.	Se pretende ofertar un producto competitivo que dé respuestas a las necesidades de la población con precios accesibles.
publicidad	Identificar en forma clara que despierte el interés y deseo de los comerciantes y agricultores a participar como socios de la cooperativa.	Dar a conocer los beneficios que obtendría al ser miembro de la cooperativa, así mismo mantener una información basada en lo que los comerciantes y agricultores necesitan para acceder a un crédito.
Promoción	Tener siempre campañas publicitarias para captar mayor cantidad de socios para "COOFICOR R, L"	Se pretende aumentar el número de socios y asegurar que conozca los beneficios que ofrecen la cooperativa y asegurar mantener en la población el interés por la misma.
plaza	El objetivo es estar ubicado en un punto estratégico del mercado con el fin de captar más clientes.	A través de la ubicación de la cooperativa se mantendrá un monitoreo de las expectativas de los socios en cuanto a sus necesidades.
Precio	Ofertar tasas de interés accesibles para todas aquellas personas que deseen asociarse.	Ofertar un interés competitivo para que nuestros socios obtengan un mejor servicio y ayudar a su desarrollo económico.

Los presentes productos y servicios están dirigidos a responder a la necesidad, para muchos una oportunidad de financiamiento, esto nos da la responsabilidad de identificar que existen clientes potenciales.

✓ **POLITICAS DE LA COOPERATIVA COOFICOR R,L**

COOFICOR R,L pretende incursionar al mercado financiero con políticas y estrategias innovadoras que vengán a beneficiar tanto la rentabilidad de la micro financiera como la satisfacción de nuestros clientes y por ende garanticen el éxito de la misma, estas son:

POLITICAS DE CREDITO:

- El crédito ofrecido deberá estar disponible bajo condiciones de tasas de interés ajustables y competitivas dentro del mercado financiero.
- Se fijara el plazo de los prestamos de acuerdo al destino de los mismos de igual manera cobraremos una tasa de interés moratoria del 1.5% sobre el saldo.
- La institución deberá tener cuidado en cuanto a las garantías y los cumplimientos de pago.
- Para la aceptación de garantías personales se evaluarán la capacidad de pago del garante
- El oficial de crédito deberá determinar según la naturaleza del crédito recomendar el nivel de aprobación, la clase de garantía a fin de dar una cobertura adecuada al riesgo crediticio.

POLITICAS DE COLOCACION:

- Podrán ser sujetos de crédito todas aquellas personas naturales o jurídicas, que tengan solvencia moral y crediticia de actividades económicas tales como; comercial, agrícola y de servicio. No se otorgará crédito cuyo objeto del crédito sea para actividades especulativas, campañas políticas destrucción del medio ambiente.
- Todas aquellas personas que tengan una unidad económica bien definida o demuestren ingresos económicos ciertos.
- Contar con un buen historial crediticio

- Poseer solvencia moral y económica
- Gozar de sus derechos civiles.

POLITICAS DE RECUPERACION:

Recuperación: Es volver a adquirir lo que antes se tenía, en el campo crediticio es el retorno de las cantidades invertidas en créditos o cuotas por cobrar,

- Detectar los atrasos de pago y orientar prioritariamente el cobro normal a las ventanillas de la institución.
- Realizar acciones programadas de cobranza (cartas, telegramas, visitas etc.)
- Revisar las garantías para asegurar que estén vigentes y que tengan cobertura de riesgo.
- Ingresar un crédito moroso a proceso de cobro judicial y provisional
- Que los analistas de crédito practiquen visitas selectivas principalmente a clientes con atrasos en sus cuotas.

POLITICAS GENERALES:

- Otorgar préstamos a micro, pequeños y medianos empresarios.
- Desarrollar actividades de crédito dentro del marco legal establecido en las leyes bancarias del país. (SFN, y ley general de bancos)
- Mantener y desarrollar una cartera de activos que aseguren a la cooperativa un crecimiento ordenado
- Fomentar el crecimiento de la economía nacional; sector comercial, agrícola y servicio, siempre y cuando no presenten dificultades.

POLITICAS INTERNAS:

Requisitos para ser miembros:

- Ser mayor de 18 años
- Haber residido en el municipio en los últimos 6 meses
- Pagar tarifa de afiliación de C\$100 córdobas
- Ahorrar regularmente
- Usar el crédito para negocio
- Ser responsable, confiable y tener buena reputación moral
- Asistir a las reuniones mensuales
- Los nuevos miembros no pueden recibir préstamos hasta no haber asistido a una reunión o capacitación.

Multas:

- Los miembros que falten a tres o más reuniones durante un año sin justificación válida pierden el derecho a su parte de los dividendos que la cooperativa haya ganado al finalizar el año.
- Al ausentarse a una reunión de la cooperativa “COOFICOR” sin justificación válida el miembro deberá pagar una multa de C\$40 córdobas.

Ahorros:

Los ahorros son la manera principal de capitalizar a la cooperativa:

- Solo los miembros de la cooperativa pueden depositar ahorro
- Los ahorros obligatorios para cada miembro serán por el monto de C\$ 150 córdobas semanales.

Prestamos:

- Duración: los préstamos son entregados a plazos de 2 semanas.
- Intereses: los intereses de los préstamos otorgados por la cooperativa estarán de acuerdo al crédito, plazo y monto otorgado.
- Pagos: los préstamos se pagaran en cuotas semanales.
- Garantía personal: todo prestatario debe firmar un formulario de garantía personal que garantice a la cooperativa la entrega de un artículo de valor (1.5 veces el valor del préstamo otorgado), en caso de que el prestatario falte en el pago de 4 cuotas consecutivas o si el préstamo no es pagado en su totalidad en la fecha de vencimiento.
- Ganancia: las ganancias se obtienen de los intereses pagados sobre los prestamos, las multas, las afiliaciones, las capacitaciones, y los intereses provenientes de la cooperativa serán calculados al final de cada año, después de restar todos los gastos y se determinara de la siguiente manera:
 1. 10% de las ganancias serán guardadas como reserva en caso de gastos imprevistos de la cooperativa.
 2. El 25% de las ganancias serán utilizadas como fondo de las cooperativas, y su uso será determinado en consulta con todos los socios.
 3. El 65% de las ganancias serán distribuidos a los socios como dividendos.
 4. Aquellos socios que no estén al día con el pago de su ahorro obligatorio y de su cuota si las tuviera no recibirán dividendos al final del año.

TECNOLOGIA CREDITICIA:

El manual como la principal herramienta que guía en el registro de las transacciones que de muy diversa naturaleza lleva a cabo en su ciclo operacional de la cooperativa.

Su aplicación permite registrar las diferentes operaciones de tal manera que la cooperación y representación de la situación financiera y el resultado de las operaciones sean preparados de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados.

El manual incluye catálogos, codificaciones y descripción de cuentas de los débitos y créditos que pudieran ocurrir, la naturaleza de los saldos de las actas y las normas de control interno que deben observarse en el proceso operacional para salvaguarda de los bienes de la cooperativa, facilitando además la educación en orden sistemático para la razonable elaboración y presentación de los estados financieros.

Este catalogo contiene como objetivo:

Constar con documentación escrita que contenga la homogeneidad y consistencia que permita al personal adquirir fácilmente los conocimientos de la técnica necesaria para realizar eficientemente su trabajo:

1. Facilitar la información requerida por la gerencia, consejo de administración, y demandantes externos de la información contable.
2. Fortalecer el sistema de control interno
3. Evitar errores en el registro de operaciones
4. Contribuir al entrenamiento del personal contable.

✓ **Manual de ahorro:**

La cooperativa de ahorro y crédito COOFICOR R, L realiza actividades financieras entre las cuales están comprendidas la captación de ahorro de sus asociados, como también mantener una adecuada capitalización proveniente de las aportaciones de sus operados.

La cooperativa está regida por la ley de cooperativas según decreto N° 1833, del 23 de Junio de 1971.

Objetivos del manual de ahorro

General:

- Proporcionar a la cooperativa un instrumento útil para normar las actividades relacionadas con la institución tanto del ahorro como de las aportaciones de los socios, dotando a la cooperativa de una gama de procedimientos relacionados con los servicios ofertados en lo que se refiere a la tendencia de dinero.

Específicos:

- Proporcionar un instrumento de uso uniforme para que la aplicación sea a las políticas, regulaciones y procedimientos en el manejo del ahorro y las aportaciones.
- Dotar de una herramienta financiera actualizada y moderna que le sirva para incrementar el ahorro y aportaciones ante una competencia.
- Mantener el ahorro y aportación de sus cooperados, que son la base fundamental para la autosuficiencia y progreso.

ESTUDIO DE MERCADO

Con el objetivo de satisfacer las necesidades económicas de los pobladores del municipio de san marcos, se han creado nuevos productos y servicios financieros de acuerdo a las necesidades de los clientes. Los elementos que se han considerado para establecer la estrategia de servicio son los siguientes:

1. El cliente
2. La competencia
3. Los patrones de costumbre y posibilidades de los clientes de demandar el producto o servicio.

Considerando que el cliente es el elemento fundamental para que este proceso de servicio funcione, se han planteado las siguientes metas estratégicas:

1. Proteger la participación del mercado.
2. Alcanzar la meta de rendimiento sobre la inversión
3. Alcanzar posicionamiento en un nuevo segmento de mercado

COOFICOR R, L OFERTARA LOS SIGUIENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS:

- ✓ **CREDIVI: (CREDITO PARA VIVIENDA):** El destino de la inversión es para la adquisición de materiales de construcción, para el mejoramiento, ampliación de su casa, este producto facilita apoyo y bienestar a la familia.



REQUISITOS:

- Constancia de Salario
- Copia de colilla del INSS
- Presupuesto de inversión
- Copia de cedula de identidad
- Copia de recibo de servicios básicos

BENEFICIOS:

- Mejorar las condiciones de la vivienda
- Bajas cuotas
- Entrega total del crédito
- Intereses bajos

CONDICIONES DEL CREDITO:

- PLAZO: hasta 24 meses
- TASA: 2% mensual
- GARANTIA: Prendaría, Hipotecaria
- MONTO: Hasta U\$ 16,000 dólares

- ✓ **CREPEMEN: CREDITO PARA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA:** Es un crédito para personas naturales que se dedican a actividades de producción comercio o servicio, permite financiar capital de trabajo, activo fijo e inversión.



REQUISITOS:

- Ser propietario del negocio
- Copia de matrícula del negocio
- Experiencia mínima de 1 año
- Copia de cedula de identidad o RUC
- Copia de recibo de servicios básicos
- 2 cartas de recomendación

BENEFICIOS:

- Cuotas de acuerdo a la capacidad de pago
- Trámite rápido
- Atractivas tasas de interés
- Atención rápida y personalizada
- Amplios plazos
- Sin deducción de desembolso

CONDICIONES DEL CREDITO:

- **PLAZO:** hasta 40 meses
- **TASA:** 3% mensual
- **GARANTIA:** Hipotecaria, fiduciaria
- **MONTO:** U\$ 10,000 – U\$ 30,000 Para pequeña empresa
U\$ 30,000 a más Para mediana empresa.

NEGOCRED

- ✓ **CREDITO PARA NEGOCIO:** Crédito dirigido especialmente a personas naturales propietarias de un negocio, con el fin de comprar mercadería.



REQUISITOS:

- Copia de cedula
- 2 cartas de recomendación
- Ser dueño del negocio
- Experiencia mínima de 1 año

BENEFICIOS:

- Fácil accesibilidad
- Sin comisión en créditos hasta U\$ 4,000
- Atención rápida
- Accesibles tasas de interés
- Cuotas de acuerdo a la capacidad de pago.

CONDICIONES DE CREDITO:

- PLAZO: De acuerdo al crédito otorgado
- TASA: 1.5 % mensual
- GARANTIA: Hipotecaria, Prendaría
- MONTO: U\$ 1,000 hasta U\$ 10,000

✓ **CREDITO OCASIONAL:**

➤ **FACICREDI: crédito rápido y de corto plazo**

Destinado para capital de trabajo en temporadas de alta actividad comercial o cuando se presentan oportunidades de negocio ejemplo semana santa, navidad, inicio de clases. “la oportunidad de aumentar su capital de trabajo, aprovechar las inversiones a corto plazo y su negocio”



REQUISITOS:

- Copia de cedula
- 2 cartas de recomendación
- Ser dueño del negocio

BENEFICIOS:

- Sin comisión
- Cuotas adecuadas
- Atención eficaz
- Atractiva tasa de interés
- Desembolso en 24 horas

CONDICIONES DE CREDITO:

- PLAZO: 6 meses
- TASA: 1.5% mensual
- GARANTIA: Prendaría
- MONTO: Hasta C\$ 5,000

- ✓ **FIHOGAR:(CREDITO PARA EL HOGAR):** Dirigido a asalariados y comerciantes a fin de satisfacer necesidades relacionados con la adquisición de bienes de consumo (electrodomésticos, ropa, recreación y actividades sociales)



REQUISITOS:

- Demostrar un excelente historial crediticio
- Cedula de identidad
- 2 cartas de recomendación

BENEFICIOS:

- Sin comisión
- Disponibilidad inmediato de los fondos
- Plazos y cuotas adecuadas tu actividad

CONDICIONES DEL CREDITO:

- PLAZO: De acuerdo al crédito otorgado
- TASA: 2.5% mensual
- GARANTIA: Prendaría
- MONTO: C\$ 3,000 – 9,000

✓ **CREDITO AGRICOLA:**

- **SERVIAGRO:** Crédito especialmente para productores del campo, diseñado para atender las necesidades de financiamiento de las actividades agrícolas, de productores rurales ya sea para capital de trabajo o para pequeñas inversiones., dirigido también a propietarios de pequeñas fincas en las cuales sea factible realizar inversiones que permitan la reactivación, diversificación o modernización de actividades agrícolas, que posibiliten elevar el nivel de ingreso de las familias rurales



REQUISITOS:

- Copia de cedula
- 2 cartas de recomendación
- Buen historial crediticio
- Experiencia mínima de 1 año o 3 en los cultivos de este rubro.
- Copia de título de propiedad.

BENEFICIOS:

- Crédito en córdobas o en dólares
- Atención rápida y personalizada
- Plazos y cuotas adecuadas
- Tasa de interés de acuerdo al crédito
- Disponibilidad inmediata del dinero.

CONDICIONES DEL CREDITO:

- **PLAZO:** adecuado a la actividad
- **TASA:** De acuerdo al tipo de crédito (2%, 2.5%, 3%) mensual
- **GARANTIA:** Hipotecaria, prenda
- **MONTO:** De C\$ 9,000 a mas

✓ OTROS CREDITOS:

CREDIEDUC: Este crédito está dirigido para estudiantes de carreras técnicas, universitarias y profesionales con necesidades de financiamiento para gastos de estudios, matriculas, compra de libros etc.



REQUISITOS:

- Copia de cedula
- 2 cartas de recomendación
- Constancia de alumno activo

BENEFICIOS:

- Cuotas bajas
- Mejora las condiciones de estudio
- Satisface las necesidades del estudiante.

CONDICIONES DEL CREDITO:

- PLAZO: Máximo de 2 años
- TASA: 2.5 % mensual
- GARANTIA: fiduciaria
- MONTO: desde C\$ 10,000 a más.

CRESALUD : Dirigido a aquellas personas asalariadas o que tengan la necesidad de compra de medicamento



REQUISITOS:

- Copia de cedula de identidad
- Constancia de salario
- Proforma medica
- Valoración o Epicrisis medica

BENEFICIOS:

- Baja tasa de interés
- Crédito de inmediato

CONDICIONES DEL CREDITO:

- PLAZO: hasta 18 meses
- TASA: 1.5% mensual
- MONTO: hasta C\$ 25,000

✓ **CREDIS: CREDITO PARA DISCAPACITADOS:**

Crédito dirigido especialmente a personas con alguna discapacidad física (por ejemplo, personas que hayan perdido algún miembro, lisiados de guerra etc.)



REQUISITOS:

- Copia de cedula de identidad
- Dos cartas de recomendación

BENEFICIOS:

- Baja tasa de interés
- Agilidad en el tramite
- Entrega total de su desembolso
-

CONDICIONES DEL CREDITO:

- PLAZO: hasta 1 año
- TASA: 2.% mensual
- GARANTIA: prendaria
- MONTO: hasta C\$ 5,000 córdobas

- ✓ **ANTICIPO SALARIAL:** Es un crédito dirigido para el sector asalariado formal, este servicio permitirá atender las necesidades financieras de los empleados de manera ágil para resolver situaciones de emergencia que se presenten.



- ✓ **OTROS SERVICIOS:**



EL ENVIO:

Puede ser utilizado por dos vías:

- 1.- remesas que se pueden hacer a lo interno del país, es decir de un departamento a otro, a bajos costos de comisión de manera rápida.
- 2.- Remesas internacionales, es decir provenientes de otros países como Costa Rica y Estados Unidos.

SERVICIO DE CAJA RAPIDA:

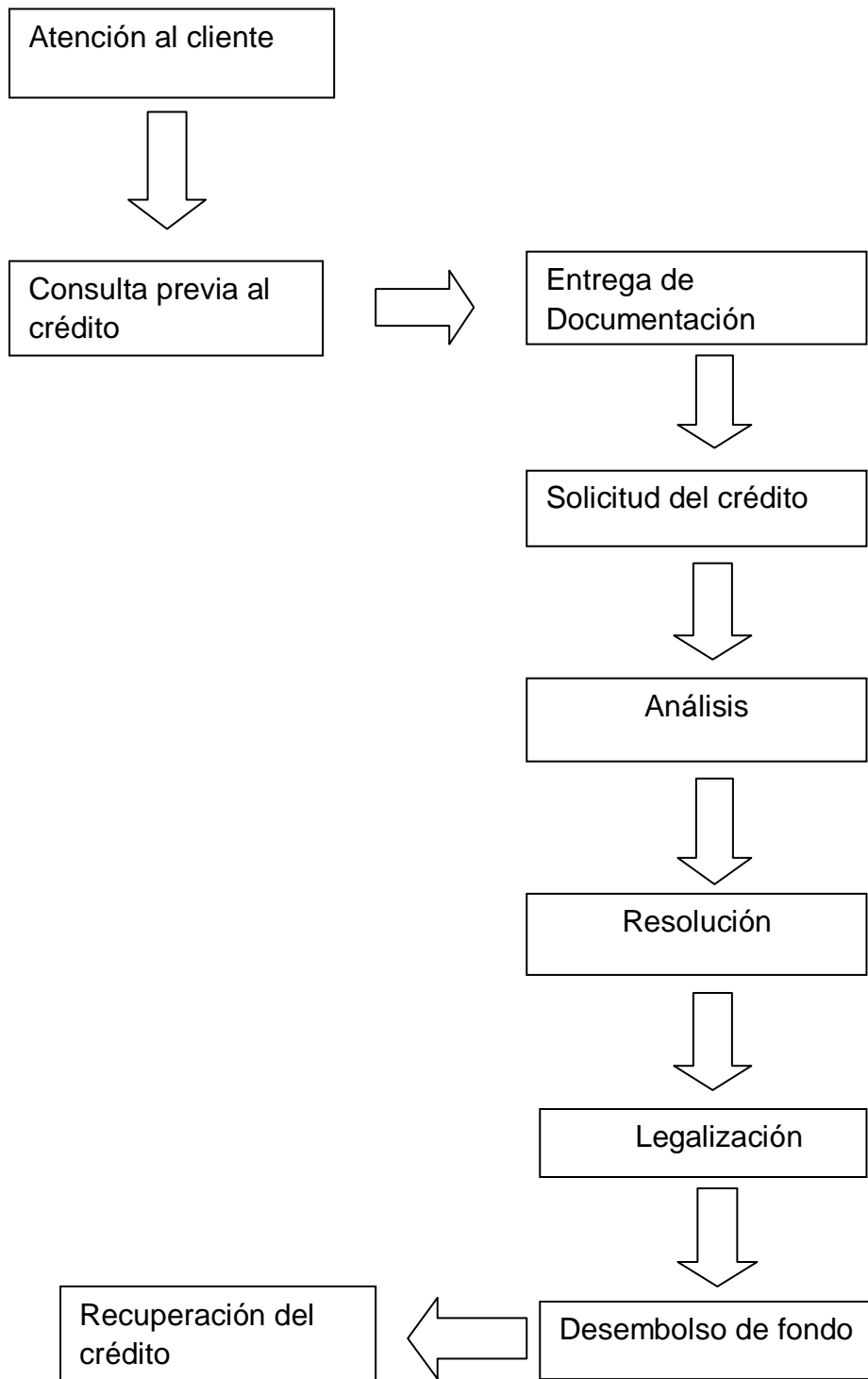


En este se pueden realizar transacciones de cambios de monedas:

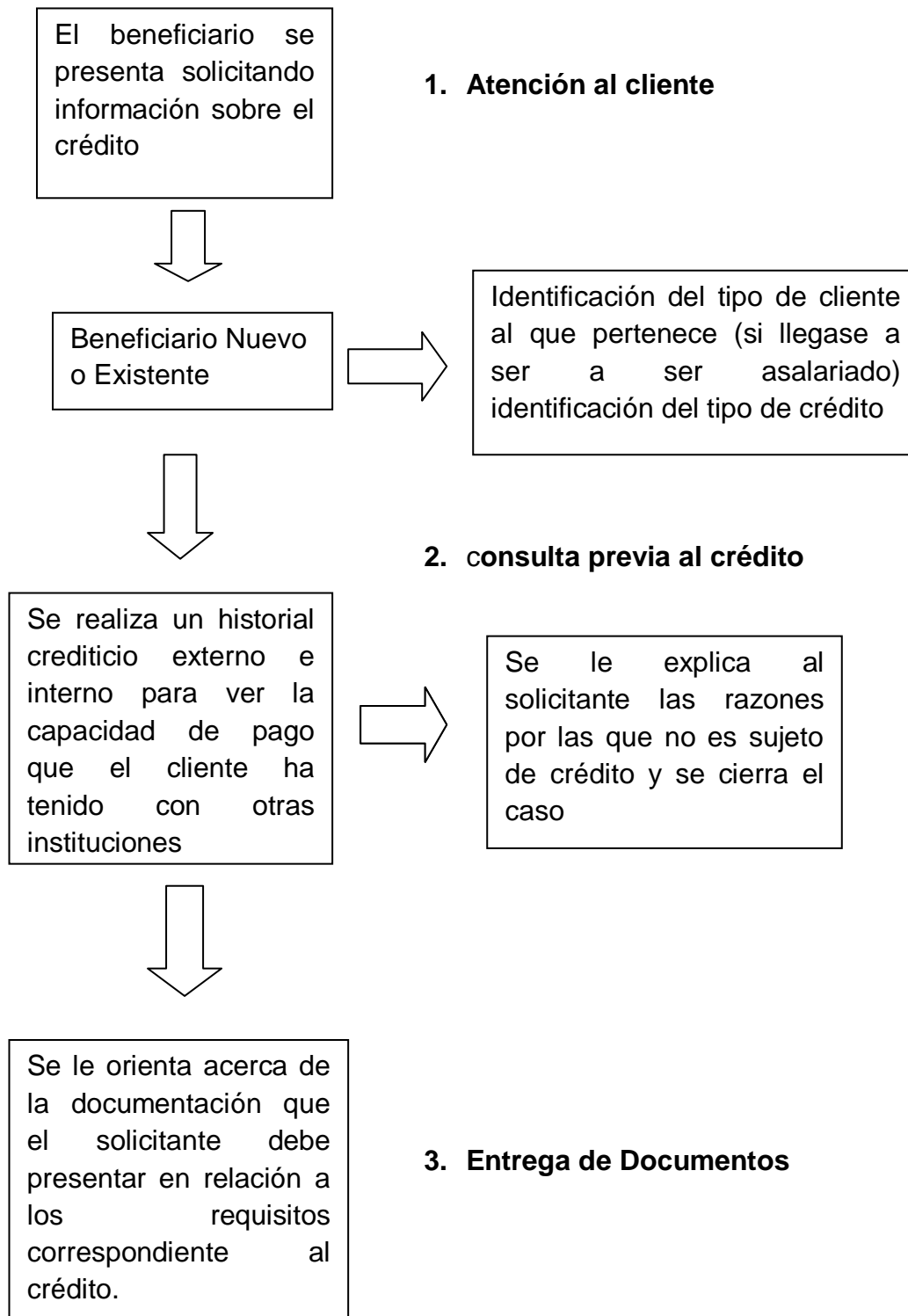
- De dólares
- De euros
- De córdobas
- Cambios de cheques fiscales para asalariados del gobierno.
- Pago de recibo de servicios básicos (agua y luz)

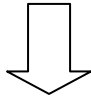
PROCESO DE OTORGAMIENTO DE CREDITO

Análisis y descripción del proceso de prestación del servicio



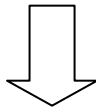
Descripción del proceso de servicio





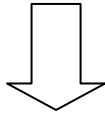
La encargada de crédito procederá a llenar la solicitud en el cual se anexara los documentos correspondientes

4. Solicitud de Crédito



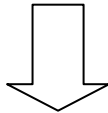
Se efectuara una evaluación de campo que consiste en verificar el domicilio del solicitante, la garantía que se encuentre en las condiciones establecidas y si esta laborando actualmente. Posterior a esto se realiza la evaluación financiera, la cual verificara la capacidad de pago actual del solicitante de acuerdo a los ingresos percibidos en relación al monto del crédito que ha solicitado

5. análisis



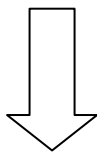
El caso es presentado ante el comité de crédito (gerente) de la institución para su análisis respectivo y aprobación o negación del crédito, se le informa al solicitante la decisión del comité

6. Resolución



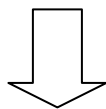
Se remite al área legal las instrucciones y se suscribe el documento en el que se señalan las tasas de interés, gastos y honorarios de pago

7. Legalización



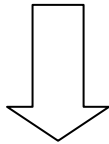
El beneficiario está en plena capacidad de retirar el fondo

8. Desembolso de Fondo

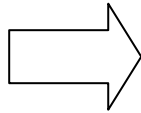


9. Recuperación del Crédito

El deudor se presenta a la institución para abonar sobre el monto de su crédito.

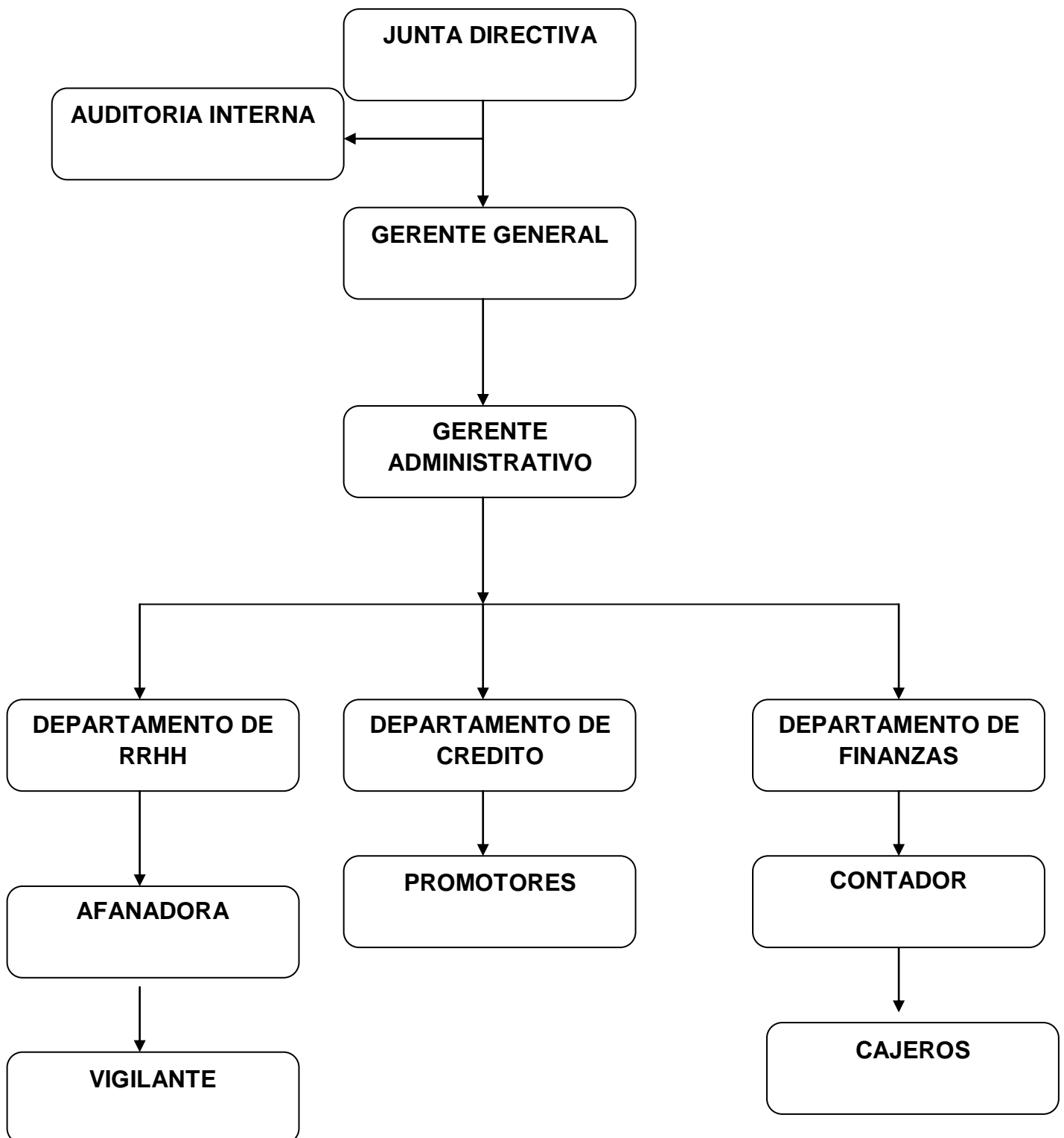


Se cancela la documentación legal, en el cual consta que se ha liberado al deudor de las garantías y todo lo que corresponde al crédito. Se cierra el caso



En caso que el deudor no cumpla con su obligación de pago este deberá presentarse a la institución a exponer su problemática y solicitar una prórroga para pagar su saldo insoluto. Este deberá pagar un porcentaje por la morosidad, excepto cuando su morosidad sea por muerte de algún familiar o enfermedad grave.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:



FUNCIONES DE LOS PRINCIPALES CARGOS DE COOFICOR R, L

Gerente general:

El gerente general deberá:

- Dirigir y administrar los bienes del capital de trabajo que le ha confiado la junta directiva.
- Informar a la junta directiva sobre la situación real de la cooperativa, a través del informe mensual.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentos aplicables a la cooperativa
- Planificar las estrategias de comercialización de producto
- Omar decisiones que permitan el bienestar de la cooperativa
- Informar al personal que tiene a cargo sobre las decisiones o cambios realizados en la cooperativa.

Departamento de RRHH:

Este se encargara de:

- La recepción de los documentos del personal de la cooperativa
- Que el personal cumpla con las obligaciones y que se respeten sus derechos laborales
- Deberá informar a su superior sobre el comportamiento del personal de trabajo, para que este no afecte el funcionamiento de la cooperativa
- Programar capacitaciones al personal que ayudara a una mejor
- calidad de servicio a prestar

Departamento de crédito:

Este se encargara de:

- Analizar cada una de las solicitudes de crédito que el cliente presente a la cooperativa.
- Revisar la documentación presentada de acuerdo a los requisitos por cada crédito
- Dar seguimiento a cada caso de solicitud de crédito
- Revisar los informes presentados por su personal a cargo y luego pasar un informe final a su superior.

Departamento de finanzas:

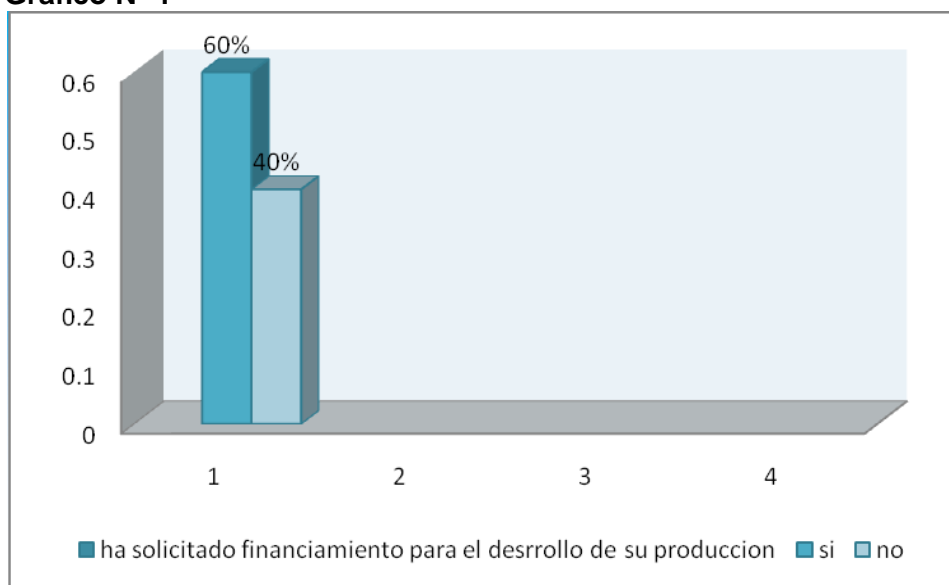
Las funciones de este departamento son:

- Analizar y verificar los estados financieros
- Velar que se cumplan las disposiciones y reglamentos sobre el control interno para una efectiva operatividad
- Informar mensualmente a su superior acerca de la situación de la cooperativa

ANALISIS DE LOS RESULTADOS:

5.1 Resultados de la encuesta aplicada a productores agrícolas:

Grafico N° 1



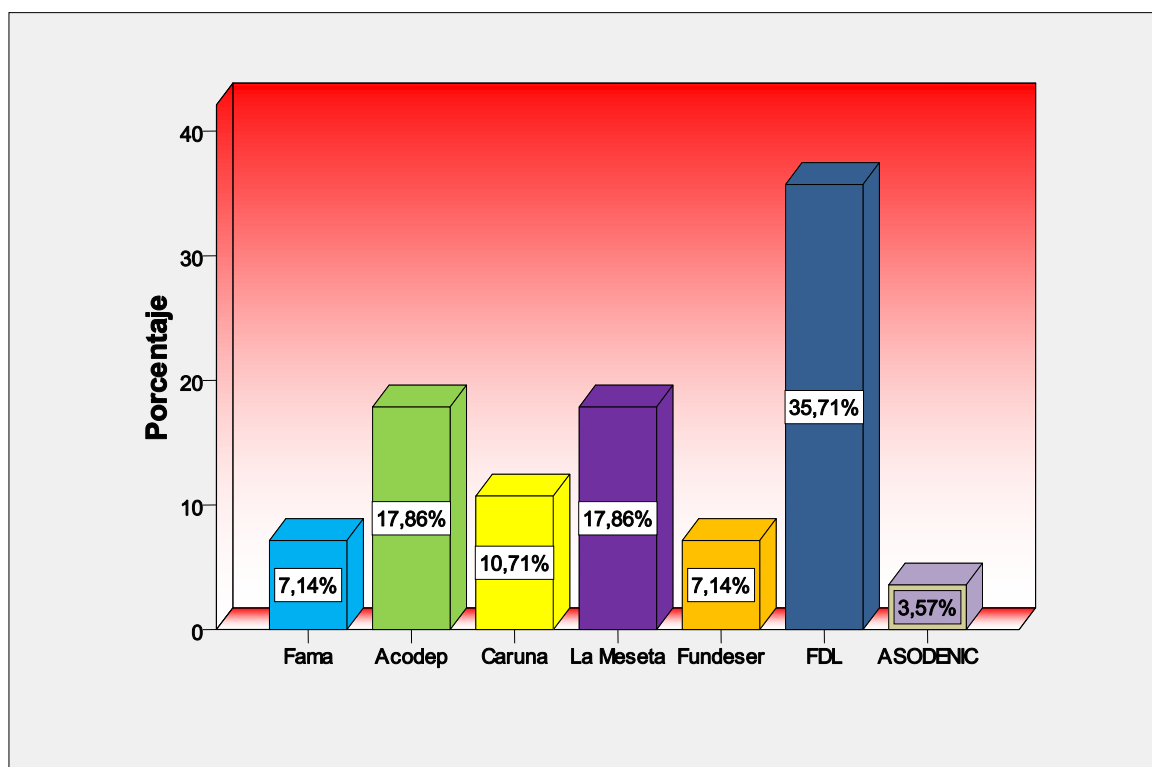
Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

En base a los resultados de la encuesta se ha determinado que la mayoría de los productores han solicitado financiamiento a las diferentes micro financieras esto indica que ellos no cuentan con los recursos suficientes para producir un nuevo cultivo, sino que algunos de ellos dependen económicamente del crédito.

Esto indica que la mayor parte de los productores necesitan apoyo para poder trabajar, ya que según ellos con el apoyo del micro financiero han sacado adelante su producción y están agradecidos con estas.

Por otra parte el 40% de los encuestados opinan no trabajar con estas instituciones porque los micros financieros tienen altas tasas de interés y el plazo acorde al financiamiento es muy corto.

Que institución le ha otorgado ese crédito

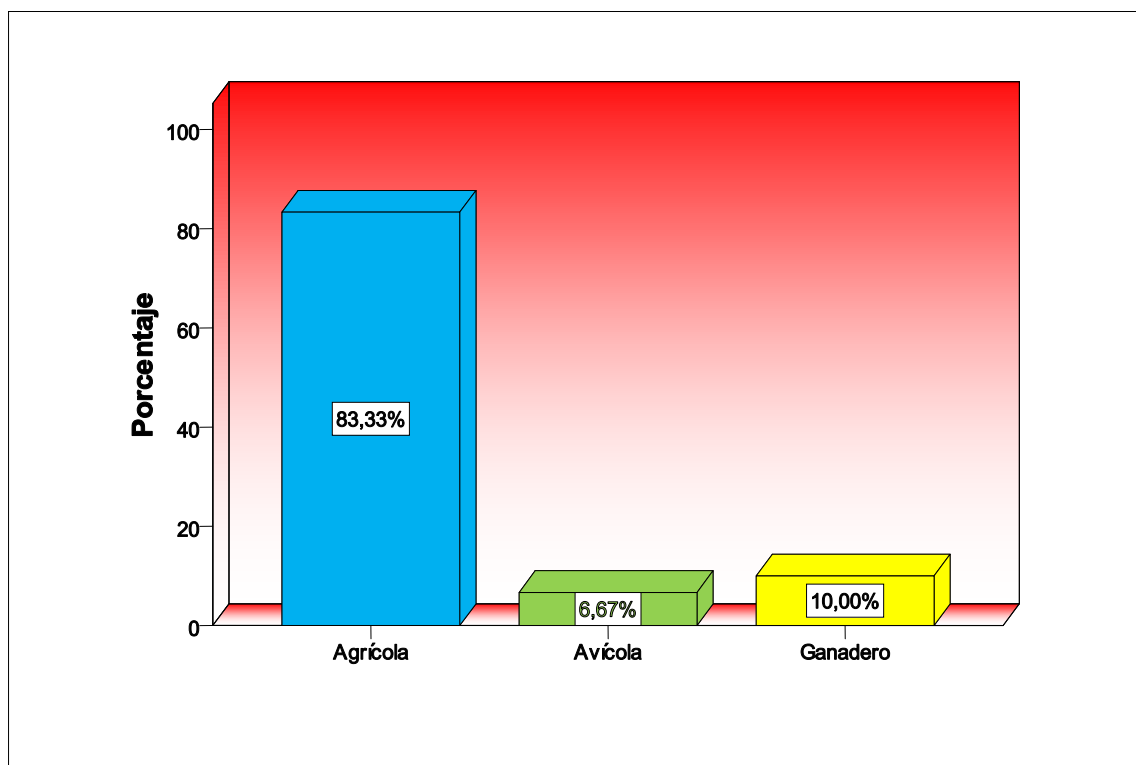


Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

Las zonas rurales son normalmente las más desatendidas por las instituciones de micro finanzas. La razón la encontramos posiblemente en que, si las actividades de micro finanzas ya de por sí pasan dificultades para alcanzar la auto sostenibilidad, dirigirse al mundo rural supone una serie de inconvenientes y riesgos tales como el incremento de los costes de transporte de unas zonas a otras, normalmente aisladas y carentes de infraestructuras de transporte adecuadas, el aumento de las posibilidades de impago, la menor densidad de potenciales clientes y un supuesto mayor nivel de pobreza de los posibles usuarios que sugiere montos de crédito más pequeños.

El estudio indica que la institución con la que más se identifican es FDL fondo de desarrollo local con un 35.71%, seguido de la meseta y acodep, escogiendo estas porque brindan tasas de interés favorables acorde al financiamiento y también reciben una buena atención.

Qué tipo de crédito ha solicitado

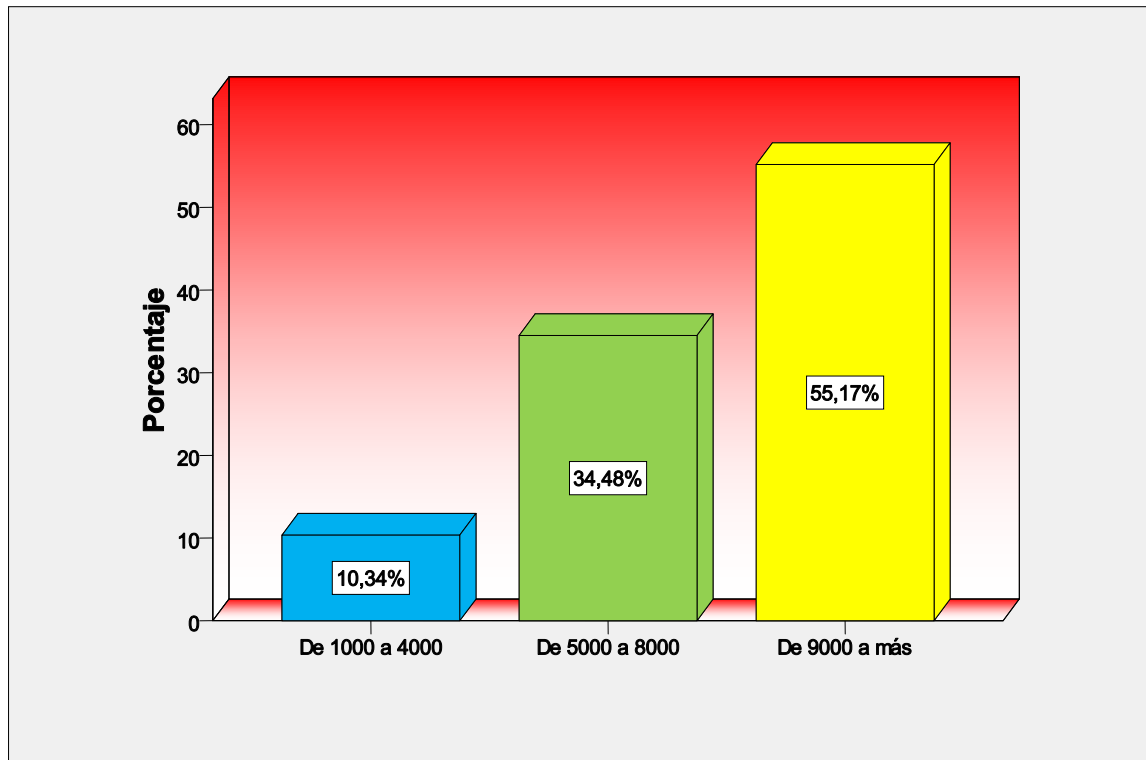


Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

El crédito más solicitado es el Agrícola con un 83.33% ya que la mayor parte de estos se dedican a cultivar la tierra, teniendo poca demanda el crédito avícola y ganadero.

El crédito agrícola es más solicitado porque la siembra de granos básicos genera ganancias más rápido y además pueden utilizar su producción para el sustento familiar.

Qué monto ha solicitado usted

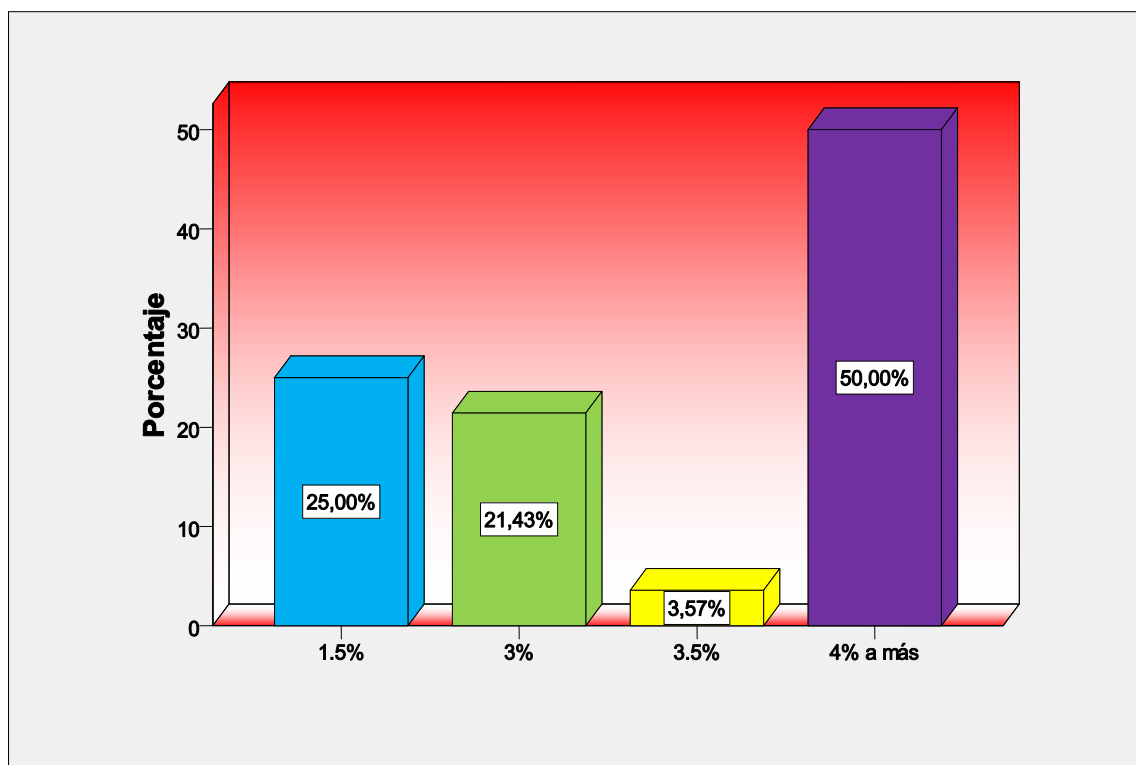


Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

Esto indica que los productores prestan una cantidad mínima debido a la crisis económica, ya que pueden incurrir en riesgo debido al clima. Además hay que tomar en cuenta que estas micro financieras son exigentes al realizar este tipo de crédito.

El monto solicitado por ellos es de C\$9000 a mas, esto porque la mayor parte alquilan más de una manzana de tierra para trabajarla además de los gastos que incurren en limpieza, arado, abono compra de granos y semillas, fertilizantes etc.

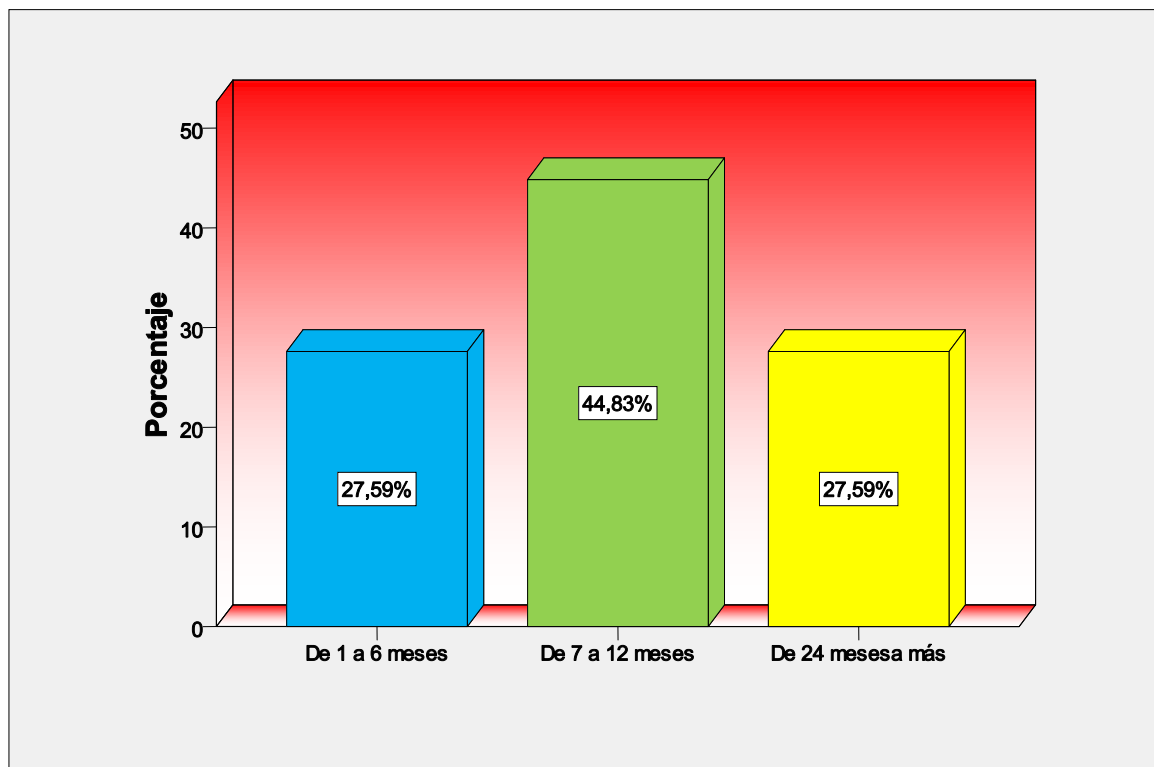
Cuanto es la tasa de interés que se le ha cobrado



Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

El estudio realizado refleja que la tasa de interés con mayor demanda que se le aplica a este sector económico es del 4% mensual sobre los créditos, es por tal razón que una gran mayoría prefieren no solicitar financiamiento ya que las tasas de interés son muy altas, siendo este el problema principal para estos pequeños productores agrícolas que se esfuerzan para obtener un desarrollo económico para sustentarse; sin embargo las tasas de interés no permiten realizar préstamos de gran cantidad y a largo plazo.

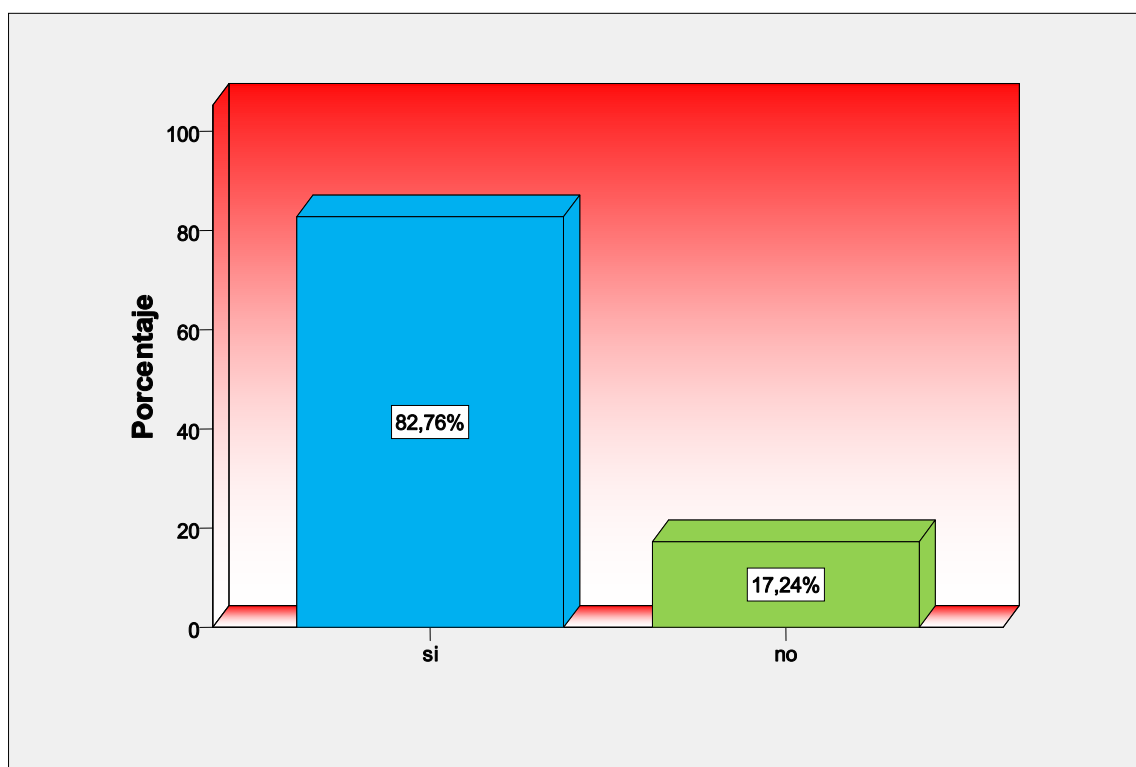
A que plazo se le ha otorgado el crédito



Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

El estudio indica que el financiamiento otorgado a los productores no es mayor de un año ya que esta es una política empleada por las distintos micro financieras ya que este tipo de crédito se incurre en riesgos por los distintos fenómenos naturales, esta es una limitante para los pequeños productores porque no tienen la oportunidad de realizar un préstamo de gran cantidad, y en el caso de que estos pierdan su producción no tendrían el tiempo suficiente para recuperar la inversión.

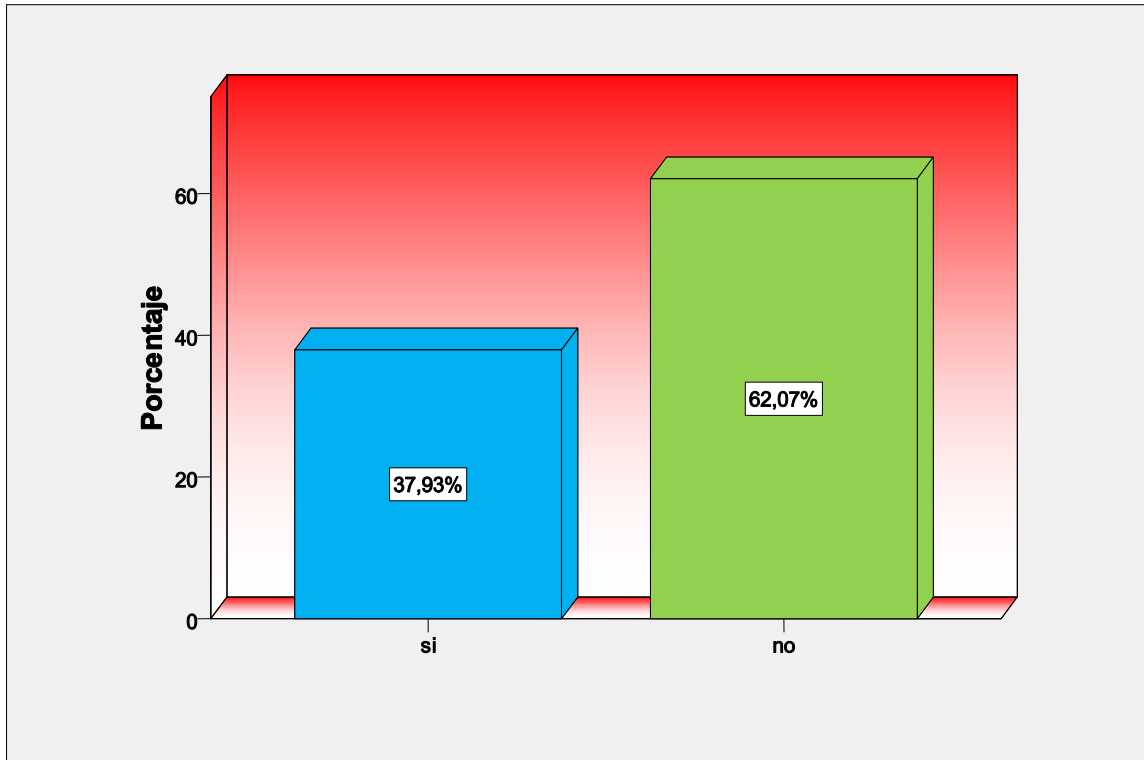
Está satisfecho con el servicio que ha recibido de las instituciones que le han otorgado financiamiento



Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

El 82.76% de los encuestados opinan estar satisfechos con el servicio que le ha brindado esta institución porque el financiamiento que les han brindado a sido de gran ayuda para su desarrollo económico de su hogar así mismo el tramite ha sido rápido y han recibido una buena atención, lo cual constituye una ventaja para COOFICOR R,L ya que existe la cultura del préstamo y confianza por parte de los productores hacia algunas instituciones financieras.

Usted trabaja con capital propio o capital financiado



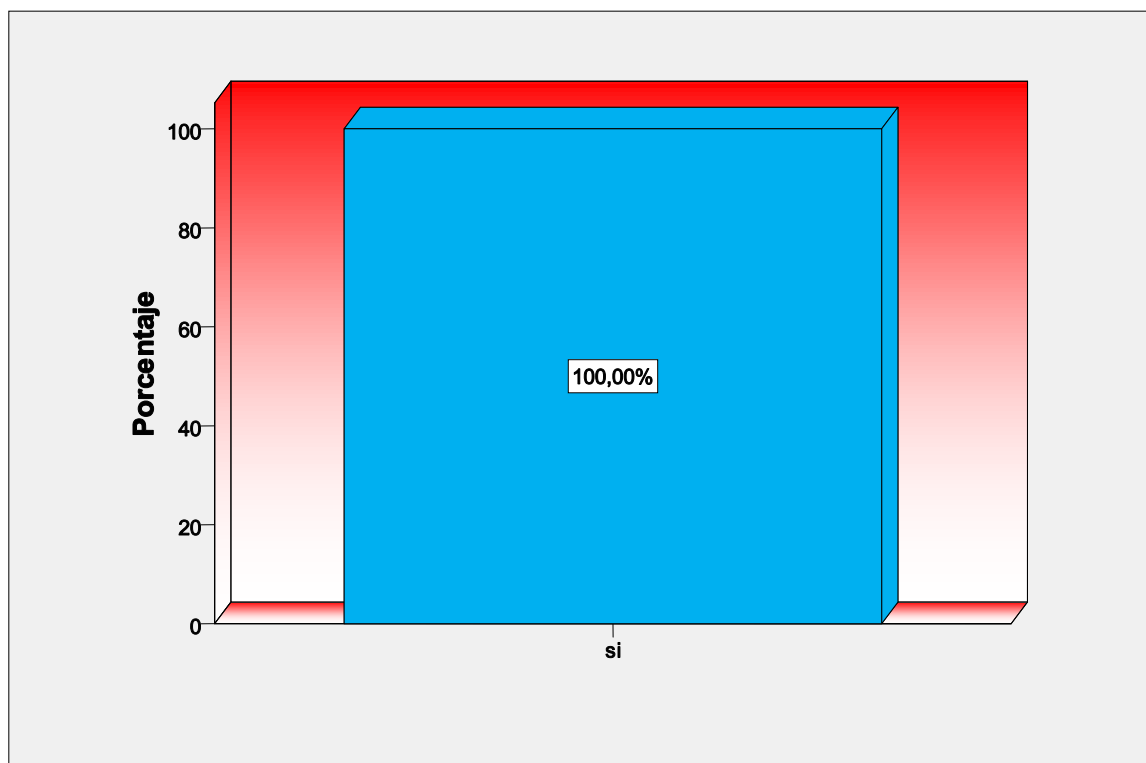
Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

Estos datos indican que en la actualidad existe una crisis económica en el país, es por esto que los productores no cuentan con los recursos financieros suficientes, por lo cual se ven obligados a solicitar un crédito para emprender su negocio independiente (venta de frutas verduras legumbres etc.) y a la vez se arriesgan a no obtener la producción esperada y no poder pagar el crédito.

El 62.07% de los productores trabaja con capital financiado, ellos indican necesitar de financiamiento porque no cuentan con recursos suficientes para trabajar.

En cambio un 37.93% dicen no necesitar de financiamiento ya que con la ganancia de la producción anterior ellos reinvierten el dinero para la próxima cosecha.

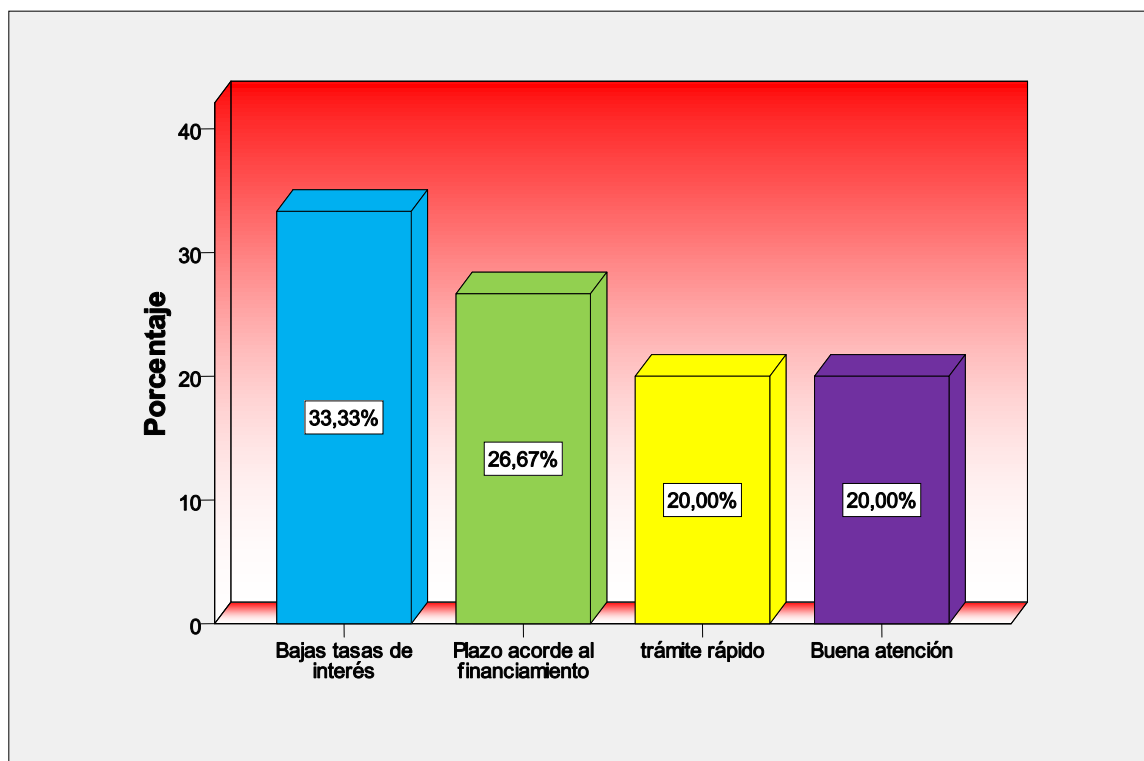
Estaría de acuerdo con que se estableciera una microfinanciera en este Municipio



Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

El 100% dice estar de acuerdo con el establecimiento de una micro financiera en este municipio siempre y cuando las tasa de interés sean bajas, el trámite rápido, además indican que esto vendría a ayudar al desarrollo económico de este municipio y opinan que sería bueno que hubiese un institución que les brinde apoyo; ya que con algunas de las financieras existentes no brindan la oportunidad de que los productores agrícolas obtengan créditos por el riesgo en que se incurre.

Qué servicio le gustaría a usted que esta institución brinde y en que condiciones aceptaría un crédito

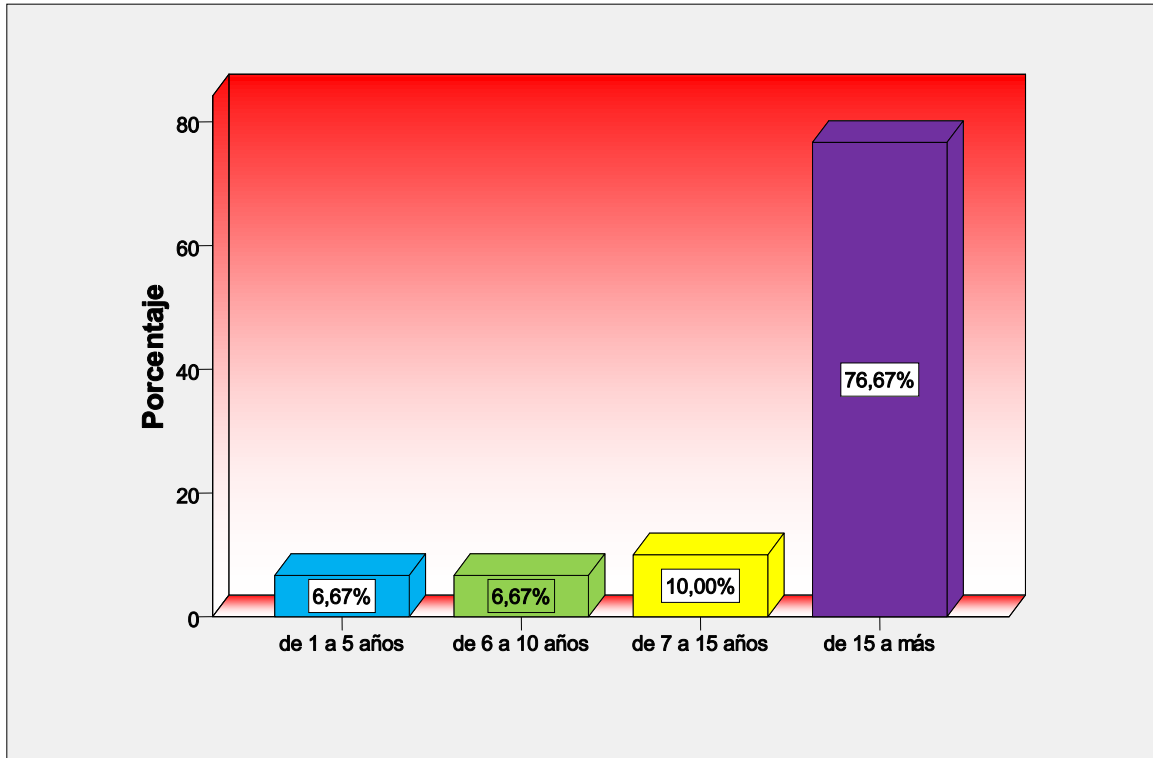


Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

Según los datos obtenidos un 33.33.% de los productores aceptaría un crédito de esta nueva micro financiera si las tasas de interés son bajas, de igual manera un 26.67% opinan que el plazo tiene que ser acorde al financiamiento si como un trámite rápido y una buena atención.

Esto indica que las micro financieras existentes cobran tasas de interés muy altas, con lo que pretende cobrar tasas de interés adecuadas ya que al establecer una micro financiera este sería nuestro principal objetivo y de esta manera se captaría clientes.

Cuántos años tiene usted de trabajar su tierra



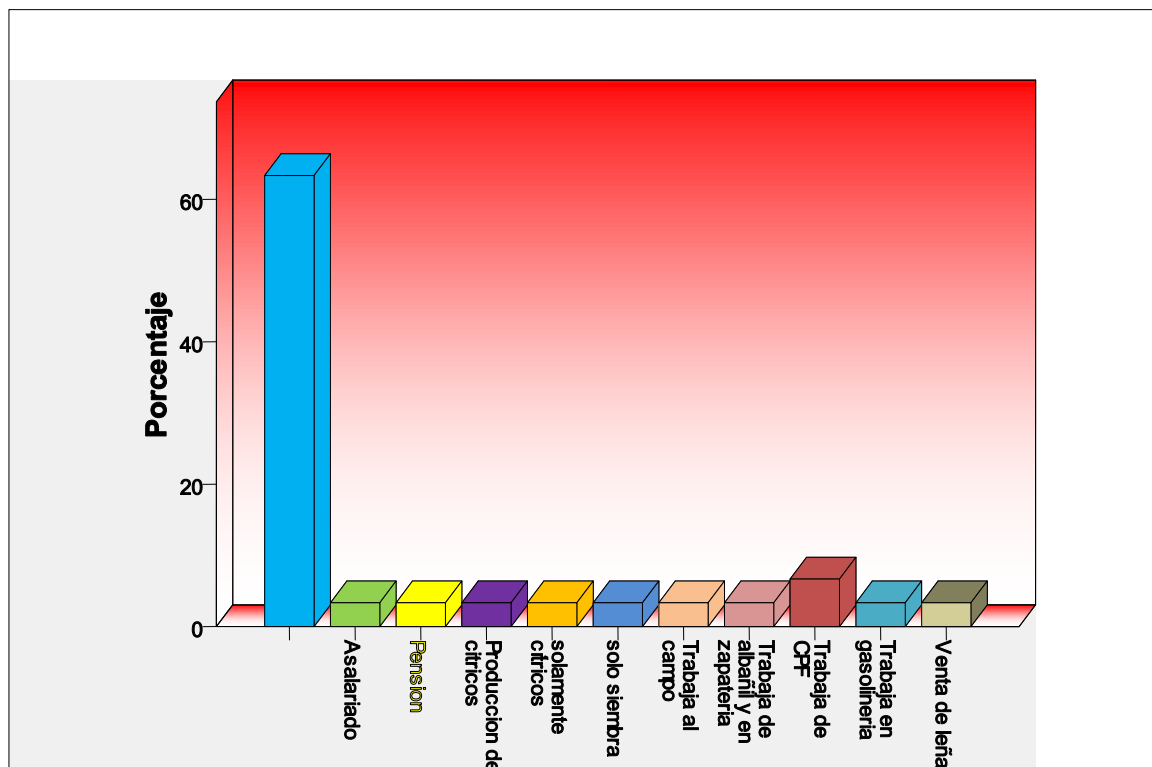
Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

Un 76.67% de los productores tiene más de 15 años de trabajar la tierra, esto nos señala que estos tienen la experiencia suficiente de trabajar el campo.

Ellos dicen tener experiencia porque toda su vida han vivido en el campo y que siempre buscan como siembran su pedazo de tierra para poder sobrevivir.

Sin embargo a pesar de que algunos de estos pequeños productores son empíricos es necesario que conozcan las técnicas de producción; así mismo las políticas de las micro financieras y de esta manera lograr con eficiencia las gestiones de crédito. Es importante mencionar que esta experiencia constituye una oportunidad de desarrollo para los productores.

Además de la producción agrícola , que otra fuente de ingresos obtiene

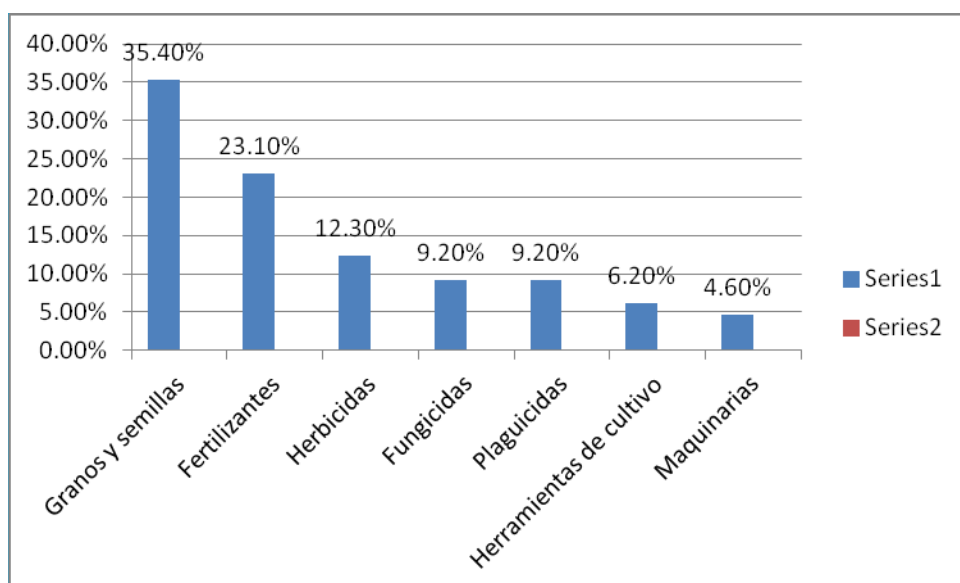


Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

Somos un país donde simplemente se da financiamiento para garantizar la comida del año. Eso es un riesgo, porque son mínimos los niveles en que se puede ampliar las áreas de siembra.

Esto hace que el productor, a medida que pierde rendimiento, productividad y no está muy bien organizado, entonces la canalización de recursos es ineficiente. Es por esto que los productores deciden buscar otra fuente que genere recursos económicos para sustentar su hogar como: venta de leña, otros son asalariados etc.

¿Cuál sería el destino del crédito otorgado?



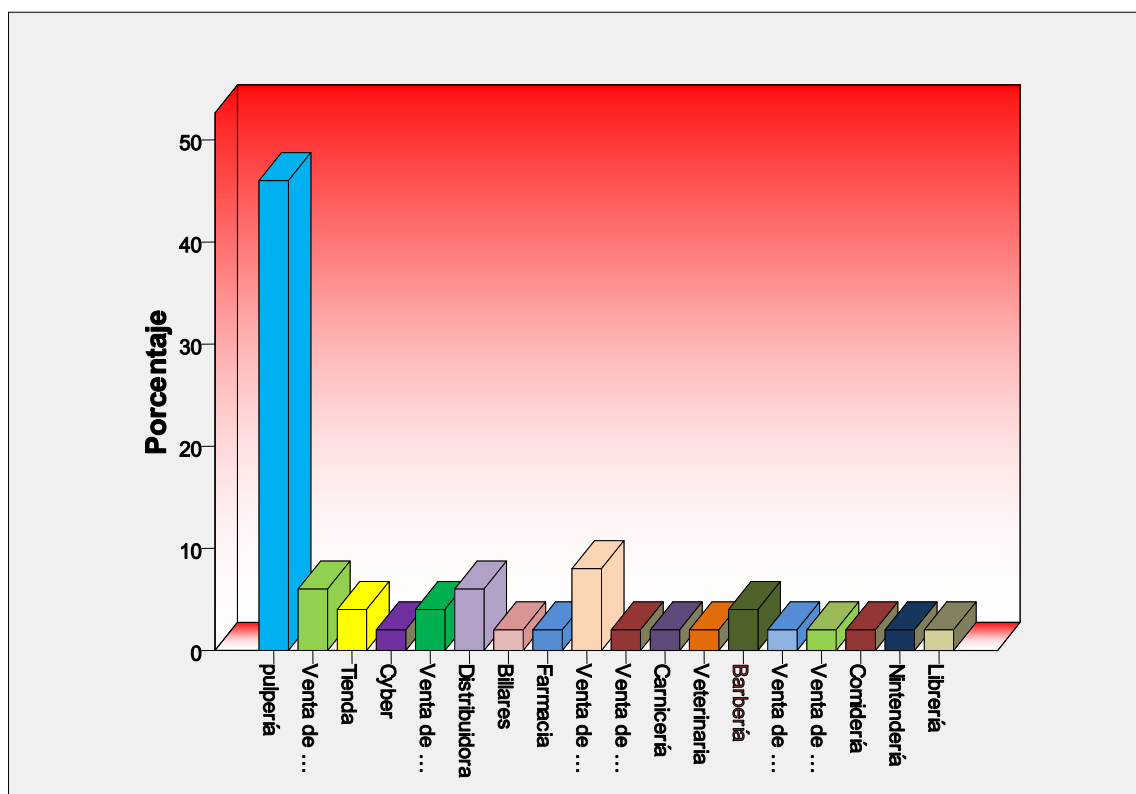
Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

Según los datos de la encuesta la mayoría de los productores están dispuestos a invertir en granos y semillas, ya que este rubro es el que tiene mas demanda y mejores oportunidades para tener un desarrollo dentro del segmento del mercado y convertirse a la vez en un sustento familiar.

Un 35.40% destinaría el crédito a compra de granos y semillas, otras indican que lo utilizarían para compra de fertilizantes, herbicidas, fungicidas, plaguicidas y herramientas de cultivo.

5.1 ANALISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS

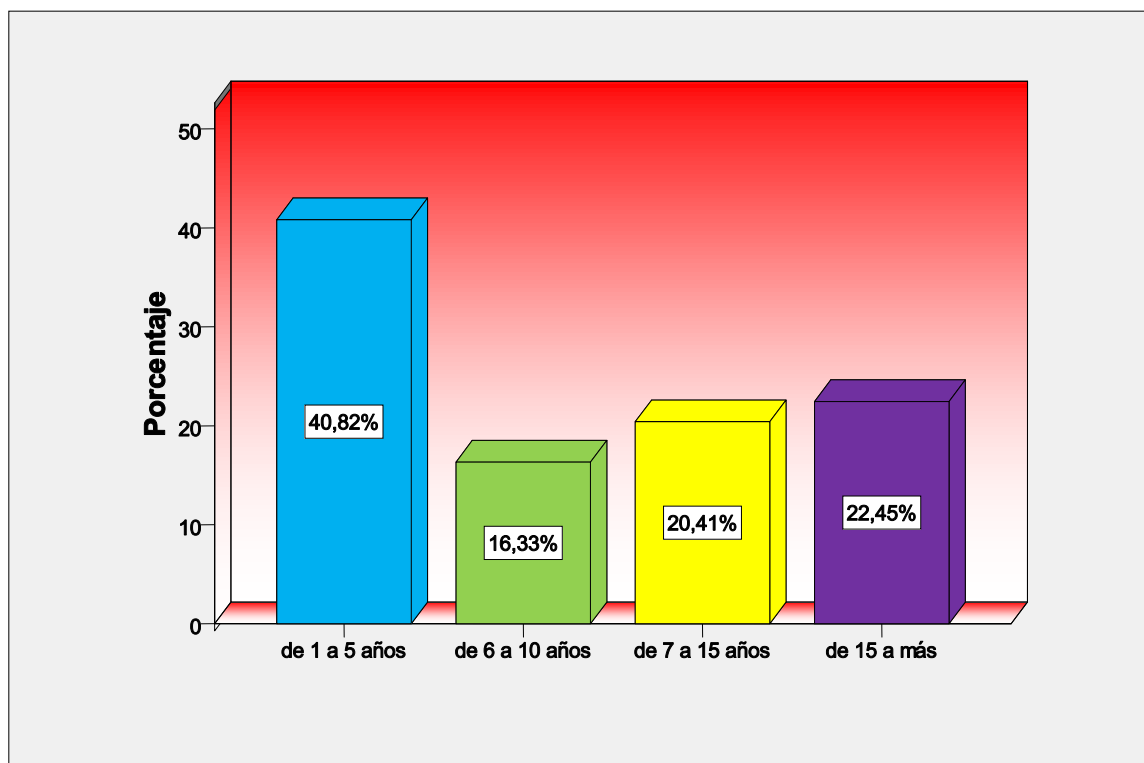
Tipo de negocio



Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

La encuesta está dirigida a propietarios de negocio, con el propósito de obtener la información necesaria para la apertura de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en el Municipio de San Marco, Carazo.

Cuántos años tiene de operar en su negocio

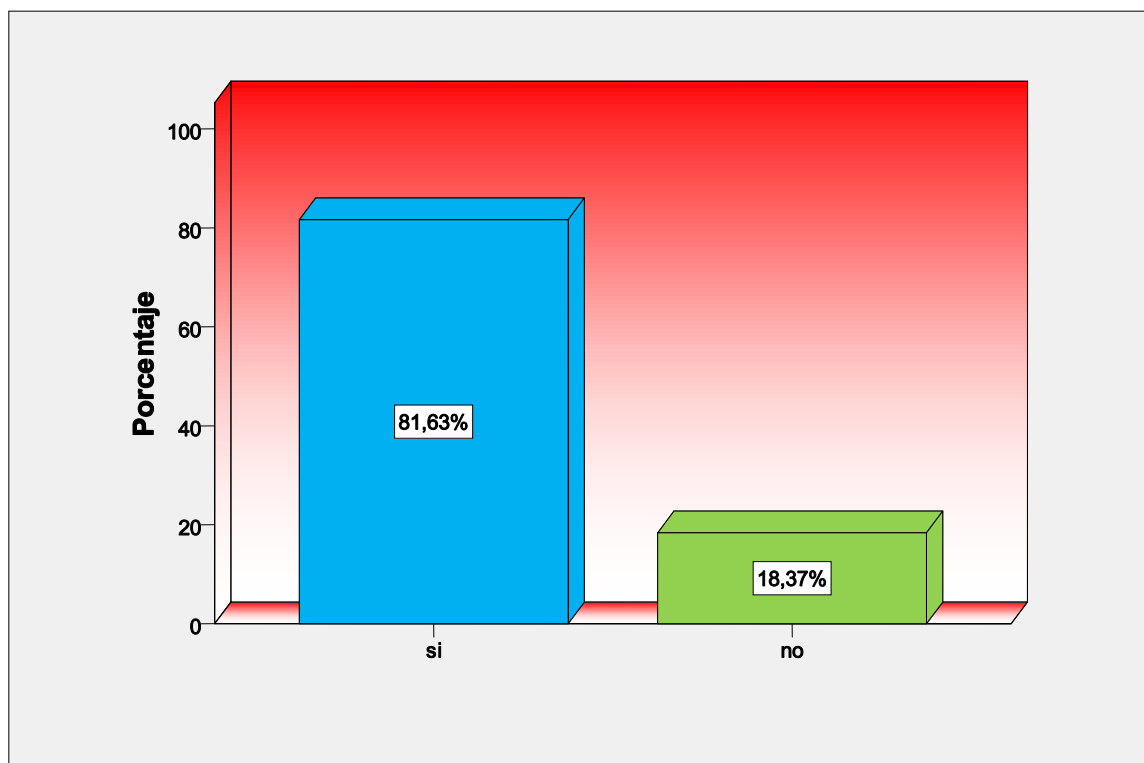


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

El Municipio de San Marcos ha tenido un desarrollo económico muy notable en los últimos años, esto se debe a que muchos de los pobladores tengan un espíritu emprendedor y deseo de superación, lo cual ha hecho que hoy en día existan muchos negocios comerciales, por lo tanto de la experiencia de los propietarios.

Es por esto que tanto los negocios existentes así como muchos negocios que desean aperturar en el mercado necesitan de financiamiento para poder salir adelante.

Ha trabajado alguna vez con crédito

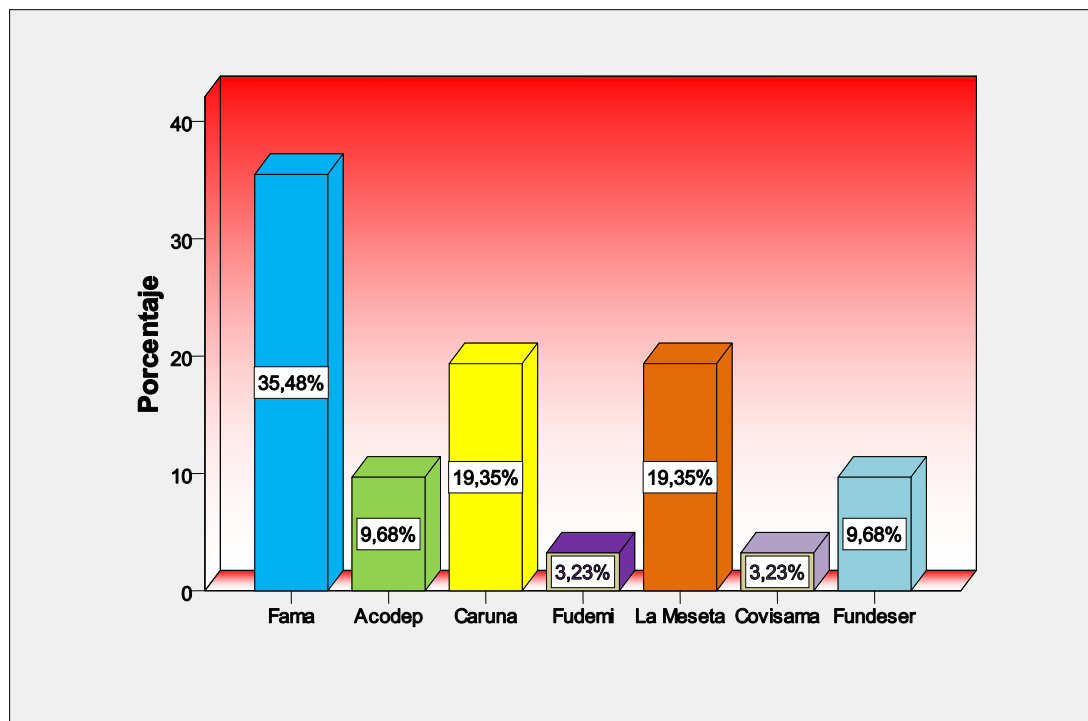


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

El 81.83% de los dueños de los negocios señalan, haber trabajado con alguna institución, y que gracias al crédito otorgado han podido expandir su negocio, además mencionan tener una mejor estabilidad económica en su hogar y por ende estar satisfecho con esta institución.

Para COOFICOR R, L esta es una ventaja, porque gran parte de los negociantes han solicitado financiamiento y conocen de las exigencias de estas instituciones que prestan este tipo de servicio, sin embargo nuestro nuevo modelo de cooperativa pretende ofrecer productos y servicios innovadores que llamen la atención de los clientes potenciales, esto facilita la apertura y aceptación de dicha institución.

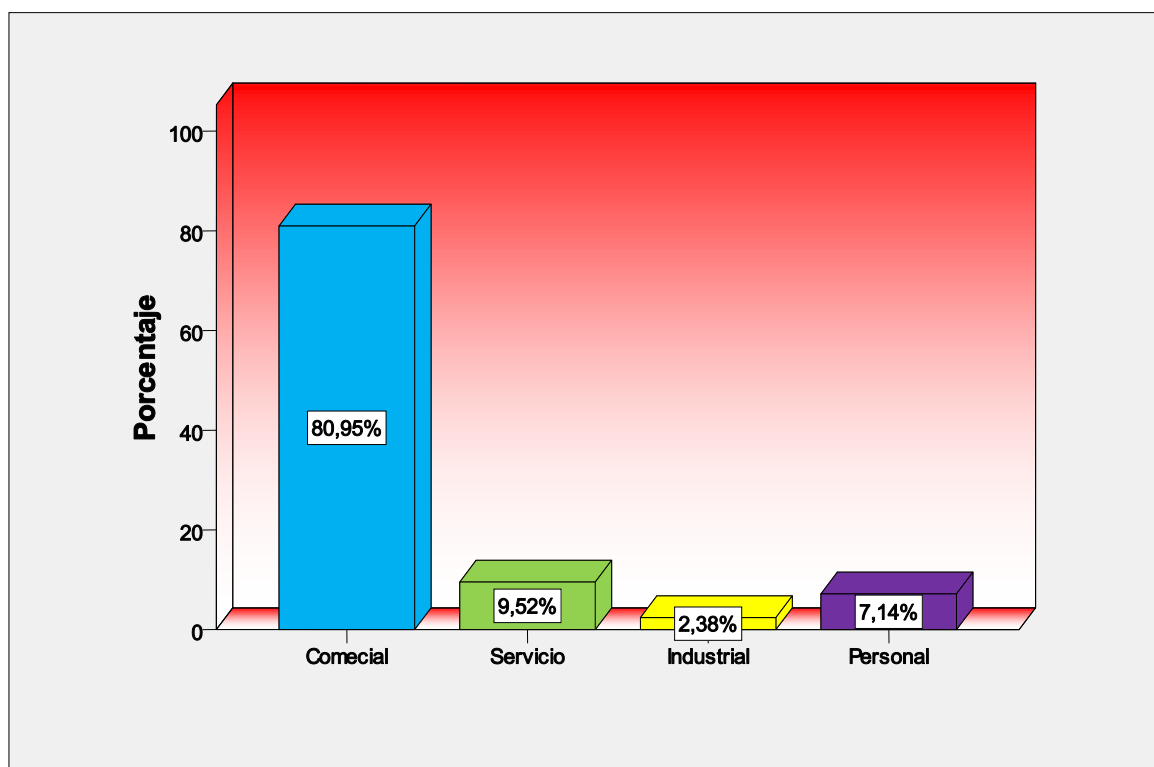
Qué institución financiera le ha otorgado el crédito



Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

La institución financiera a la que más recurren los dueños de negocio es FAMA con 35.48% y CARUNA Y LA MESETA ambas con un 19.36% según ellos porque la tasa de interés no es muy alta y los plazos están adecuados al crédito, convirtiéndose financiera FAMA en nuestra competencia directa, lo que requiere elaborar mejores políticas y estrategias para captar a los clientes insatisfechos de este sector económico.

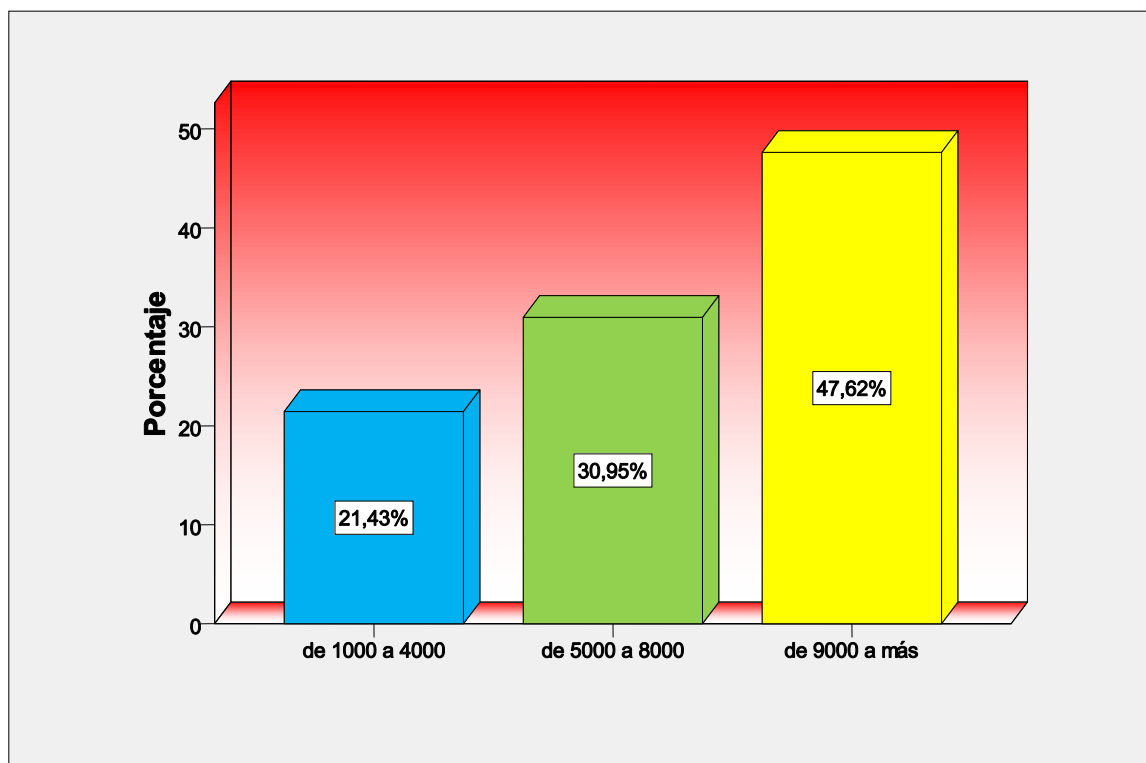
Qué tipo de crédito ha solicitado



Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

En base a los datos obtenidos el crédito más solicitado es el crédito comercial con un 80.95% esto debido a que en la actualidad este sector es el que más predomina debido al crecimiento tanto económico como poblacional de este Municipio, esto es ventajoso para nuestra cooperativa ya que la mayor parte de la oferta crediticia está dirigida al sector comercio, esto representa un oportunidad tanto para el cliente como para la institución.

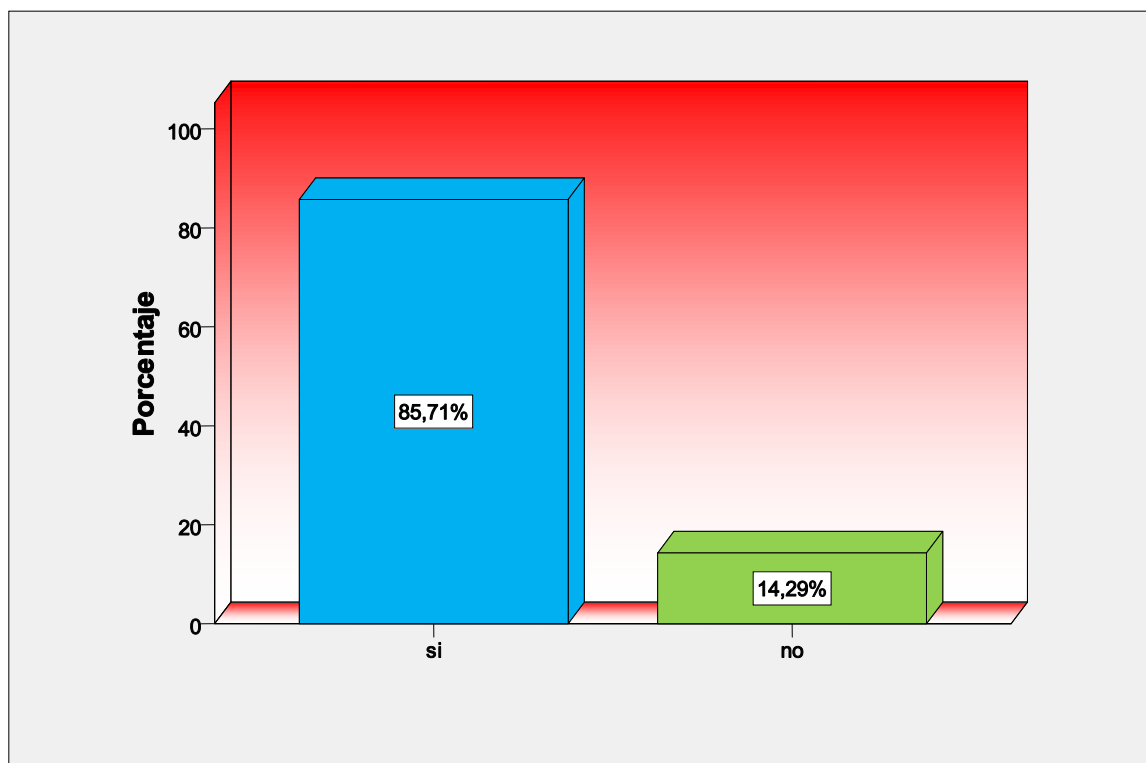
Qué monto ha recibido en Córdoba



Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

Según los datos obtenidos los comerciantes solicitan créditos de C\$ 9,000 a mas, según ellos porque es la cantidad mínima para invertirlo al negocio, otra parte solicita financiamiento menores a los C\$ 5,000 porque son negocios pequeños y no cuentan con la experiencia suficiente para realizar prestamos de gran cantidad.

Conoce la tasa de interés que se le aplica

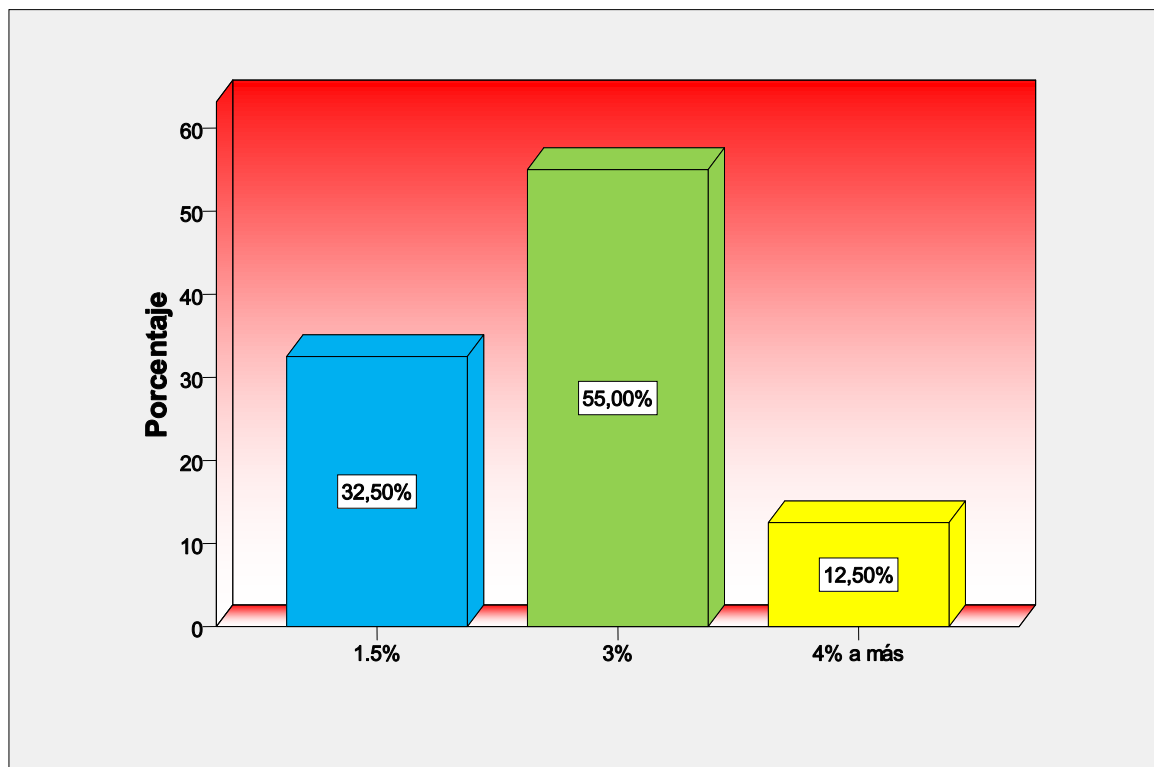


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

La mayoría de los encuestados indican conocer la tasa de interés que se le aplica al crédito, y a la vez señalan no estar de acuerdo porque son muy elevadas, esto se puede observar en la tabla n° 1 (Matriz de Competencia).

He aquí la oportunidad de **COOFICOR R, L** de incursionar al mercado financiero con atractivas tasa de interés que llamen la atención de los clientes potenciales así mismo con una atención personalizada y eficiente y que el cliente se sienta satisfecho y se quede trabajando con nosotros.

Cuanto es la tasa

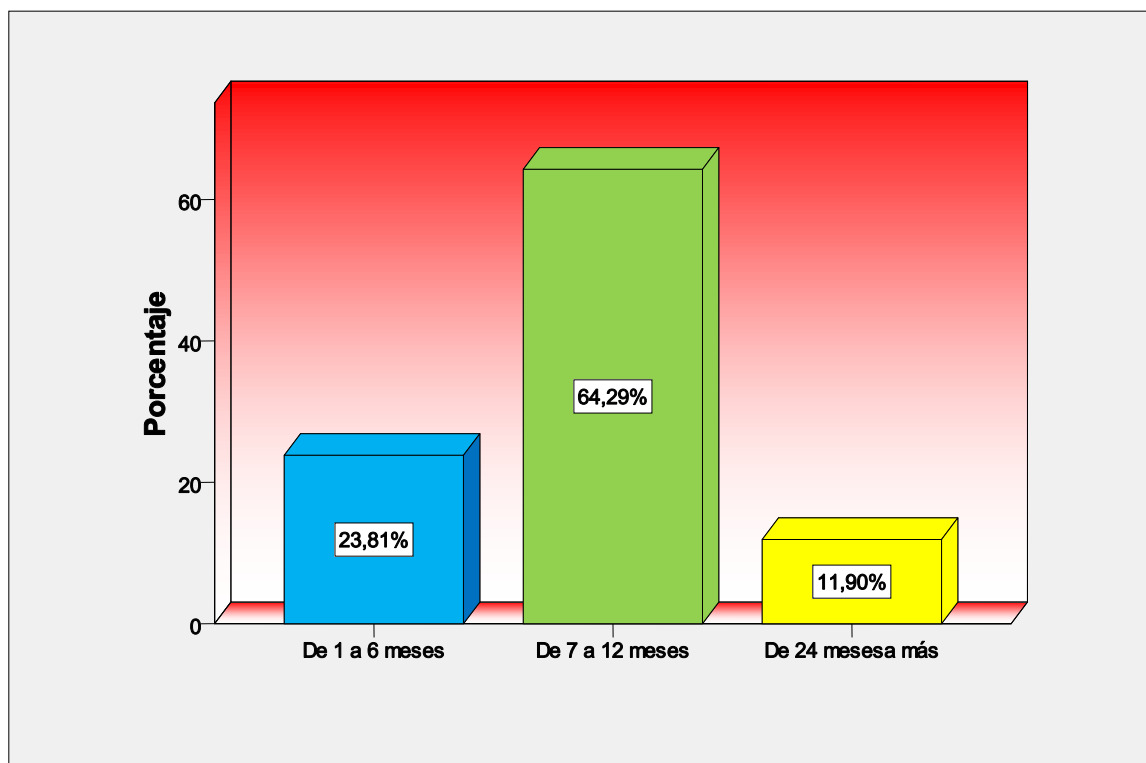


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

El 55% de los propietarios señalan haber pagado un crédito con una tasa de interés del 3% mensual, cabe señalar que la tasa de interés es un signo de que tan costoso es hacer micro finanzas en el país.

Sin embargo a medida que nacen nuevas cooperativas (competencia) las instituciones financieras actuales tienden a bajar las tasas de interés aplicada al crédito, así mismo se ven obligados a mejorar sus políticas y estrategias.

Cuál ha sido el plazo otorgado por el crédito

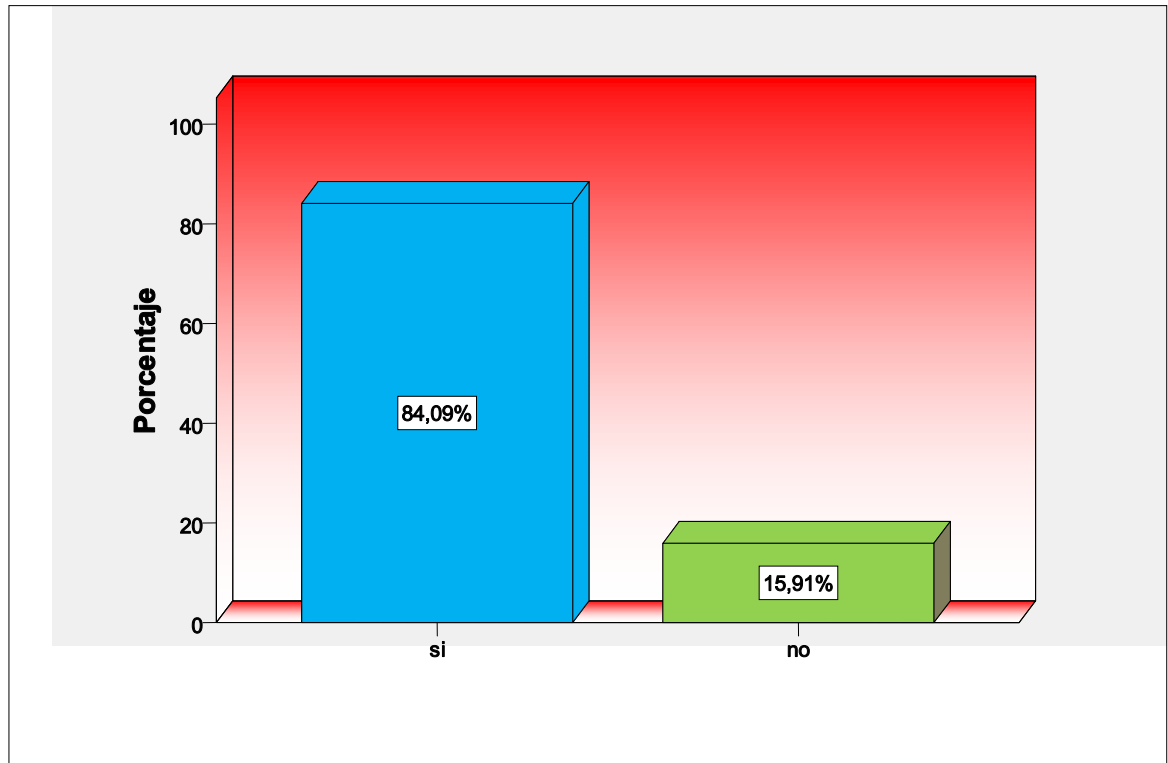


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

Según los propietarios de negocios comerciales expresan que el plazo del crédito va en dependencia del monto solicitado, pero que la mayoría de las instituciones existentes el plazo es muy corto, lo cual no los deja invertir totalmente el dinero porque en poco tiempo comienzan a pagar la primera cuota.

Por lo tanto la cooperativa **COOFICOR R,L** Lo ve como una oportunidad de brindarle a nuestros clientes potenciales plazos convenientes tanto para el cliente como para la institución

Está satisfecho con el servicio que ha recibido de las instituciones que le han otorgado financiamiento



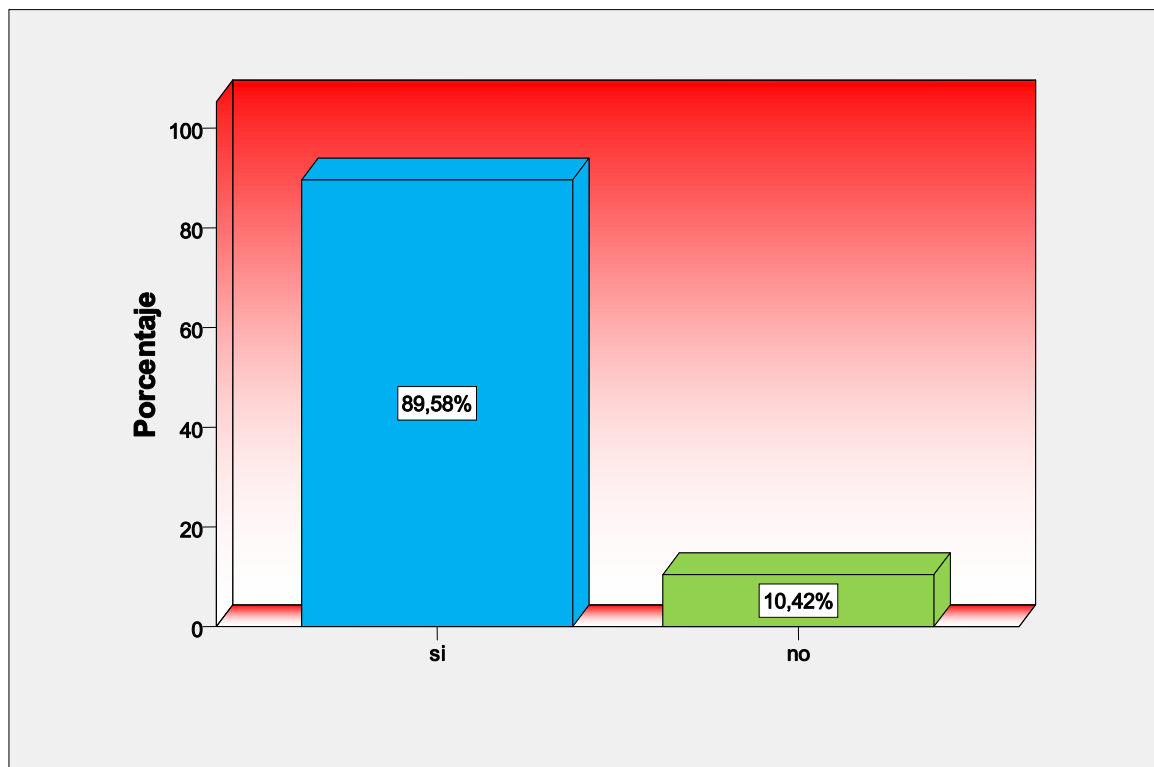
Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

El 84.09% de los propietarios indican estar satisfechos con el servicio, ya que según estos han visto mermados sus esfuerzos para generar un patrimonio mediante sus escasos recursos destinados a la producción familiar de subsistencia, y el crédito que otorgan las micro financieras es una herramienta generadora de ingresos ya que esto le permite elevar el ingreso familiar.

Otra parte dicen estar satisfechos porque el crédito les ha ayudado a ampliar su negocio, según ellos la relación que han tenido con las micro financieras ha sido de gran ayuda en los últimos años, y por ende su negocio ha crecido de manera constante. Algunos señalan recibir una atención inadecuada y opinan que se debería de incluir un buen asesoramiento crediticio.

Otros señalan nunca haber recurrido a una institución para solicitar algún financiamiento ya que trabajan por cuenta propia.

Estaría de acuerdo con que se estableciera una microfinanciera en este Municipio



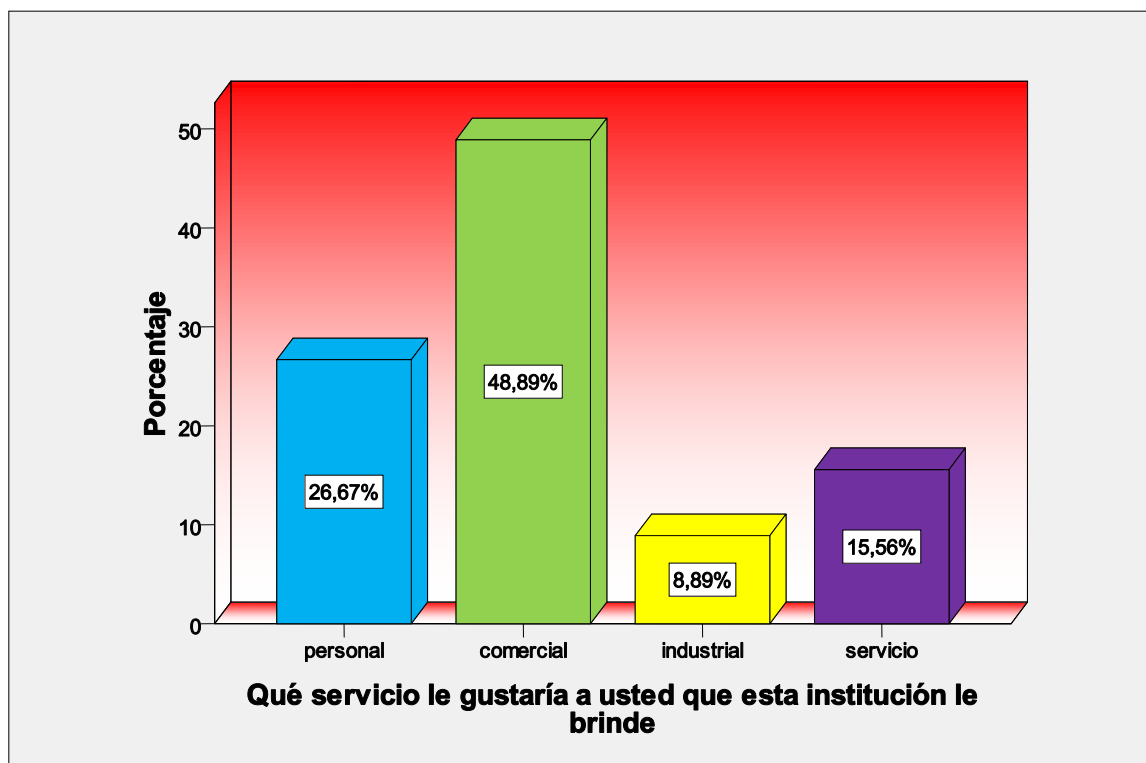
Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

El 89.58% están de acuerdo con el establecimiento de una micro financiera siempre y cuando las tasas de interés sean bajas y ayuden a fomentar el desarrollo económico y social de los sectores de la población, para mejorar su ingreso y calidad de vida con el fin de procurar su incorporación plena a la actividad económica.

Además les gusta la idea ya que tendrían otra opción a la cual dirigirse a la hora de solicitar un crédito.

Por otro lado el 10.42% no les gusta la idea según ellos porque siempre se cobran altas tasas de interés, el plazo siempre viene a ser corto y nunca entregan completo el dinero.

Qué servicio le gustaría a usted que esta institución le brinde

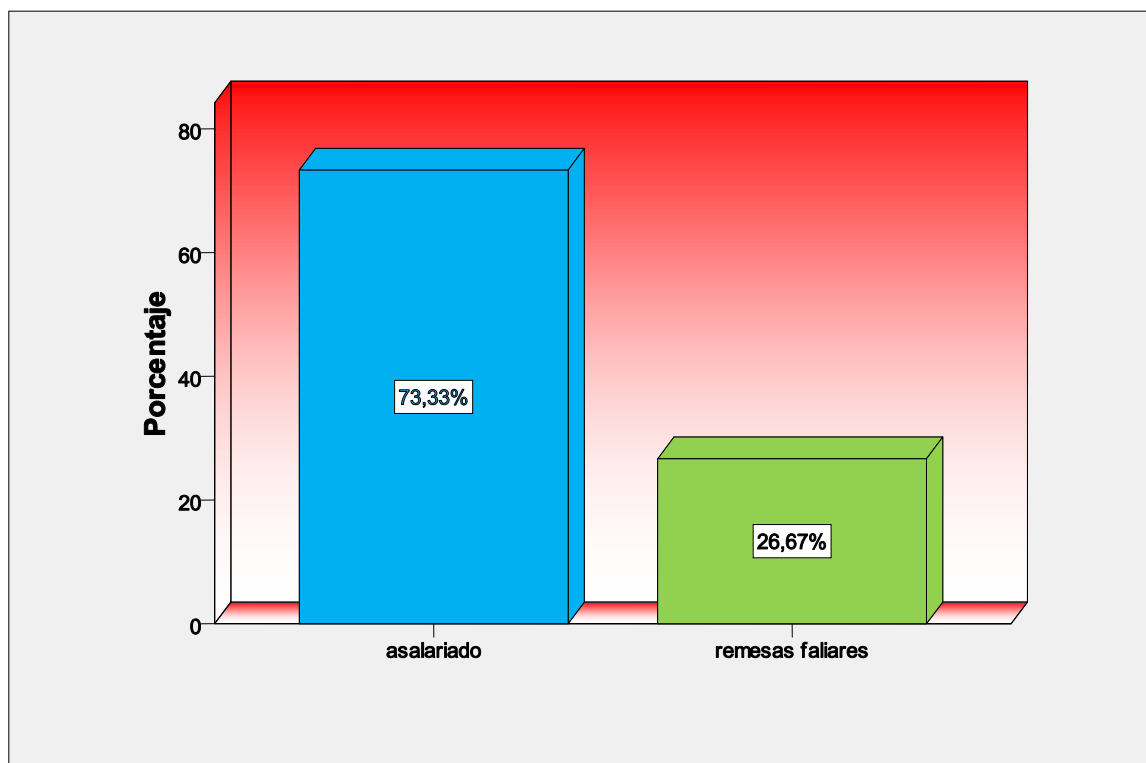


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

En base a los datos obtenidos el 48.89% solicita crédito comercial según los propietarios porque este permite desarrollar su negocio y mejorar el nivel de vida, en un enfoque de autoempleo y desarrollo sustentable.

El servicio que más les gustaría que se enfocara la institución es el crédito comercial, ya que este es el sector que prevalece en el municipio y necesitan de financiamiento para poder invertir más en su negocio.

De que forma obtiene usted sus ingresos económicos

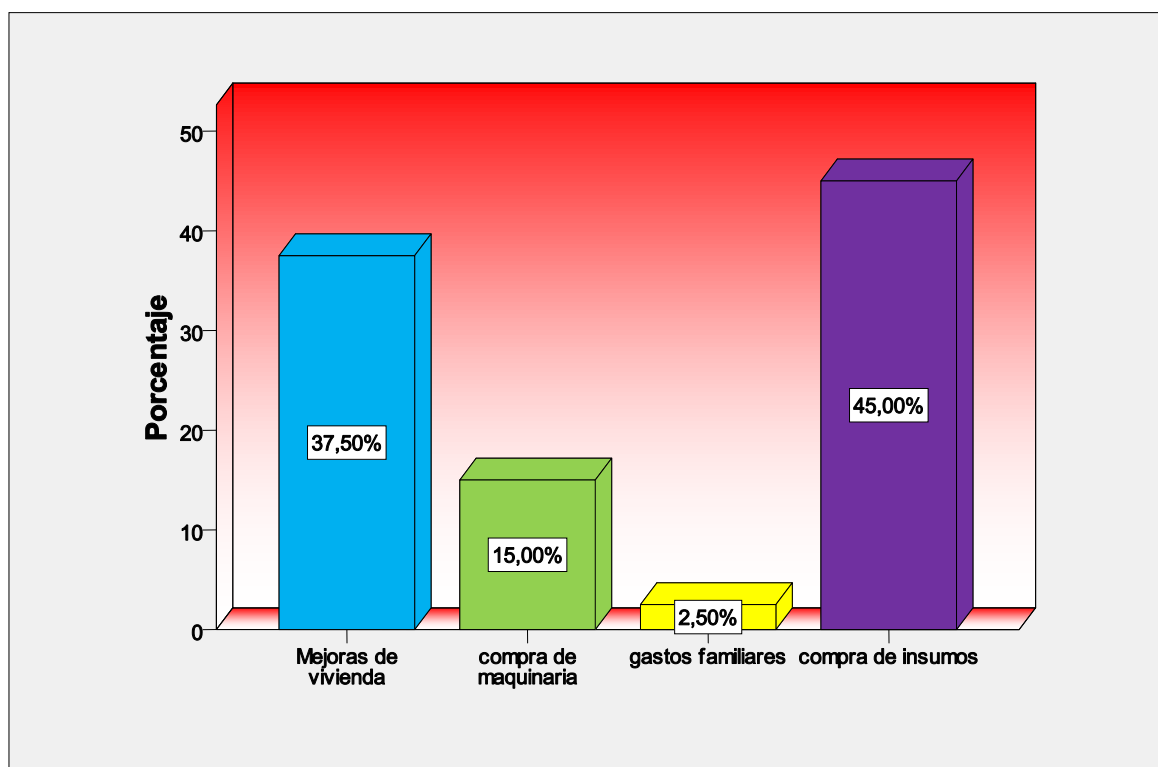


Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

El objetivo de esta pregunta es conocer la manera en que obtienen ingresos económicos los pobladores, con el fin de darnos cuenta cual es la población económicamente activa.

La población del municipio de San Marcos indico obtener sus ingresos económicos por medio de salarios, otra parte dicen recibir remesas familiares del extranjero. Además indicaron tener sustentar su hogar con las ganancias que obtienen de su negocio.

Para que actividad le gustaría a usted solicitar un crédito



Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

Actualmente en el municipio el sector económico que prevalece es el comercial, es por esto que gran parte de los encuestados les gustaría solicitar financiamiento para compra de insumos a su negocio, según ellos esto les permitirá expandir su negocio y obtener mejores ganancias.

Composición de la Demanda Insatisfecha agrícola

X Promedio Ponderado (A)	F / productores (B)	F X =(A)*(B)	X promedio ponderado
2,500	9	22,500	
6,500	5	32,500	
14,500	4	58,000	113,000/18productores
TOTAL	18	C\$113,000	C\$ 6,277
DEMANDA INSATISFECHA = FX		C\$6,277	
CALCULO DE LA DEMANDA TOTAL AGRO			
DEMANDA INSATISFECHA 12 agricultores * X=6,277.77			75,333.24
Mas la demanda efectiva			113,000
Mas la demanda p/crecimiento			627,777
DEMANDA TOTAL AGRO			816,110

Fuente: encuesta aplicada a productores

Composición de la demanda insatisfecha de comercio

X Promedio Ponderado (A)	F / negocios (B)	F X =(A)*(B)	X promedio ponderado
2,500	15	37,500	
6,500	11	71,500	
17,000	6	102,000	211,000/32
TOTAL	32	C\$211,000	C\$ 6,594
DEMANDA INSATISFECHA = FX		C\$6,277	
CALCULO DE LA DEMANDA TOTAL COMERCIO			
DEMANDA INSATISFECHA 18 Negocios * X=6,594			118,692
Mas la demanda efectiva			211,000
DEMANDA TOTAL DE COMERCIO			C\$ 329,692

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocio

CALCULO DE LA DEMANDA TOTAL	
DEMANDA TOTAL AGRO	816,110
DEMANDA TOTAL COMERCIO	329,692
DEMANDA TOTAL	C\$1,145,797

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocio y productores agrícolas

Agrícola:

DI: $6,277 * 400$ (nº de agricultores)

DI: C\$ 2, 510,800 anuales

Comercio:

DI: $6,594 * 650$ (nº de negocios)

DI: C\$ 4, 286,100 anuales

Agricultores	C\$2,510,800 *10%=	C\$ 251,080
Comercio	C\$ 4,286,100 * 20%=	C\$857,220
Total		C\$ 1,108,300

Del total de la demanda insatisfecha del municipio de San Marcos, Departamento de Carazo, la Cooperativa COOFICOR R, L, pretende cubrir un 30% que equivale a C\$ 1, 108,300.

Propuesta de colocación anual

oferta crediticia	% de colocación	monto anual C\$
credivi	15%	318,600
crepemen	14%	297,360
negocred	12%	254,880
facicredi	8%	169,920
fihogar	8%	169,920
serviagro	15%	318,600
crediedu	8%	169,920
Cresalud	10%	212,400
credis	10%	212,400
Total	100%	2,124,000

La Cooperativa **COOFICOR R, L** iniciara operaciones con un capital de C\$ 2, 124,000 córdobas por aportaciones de los socios (20 socios) mínimos de socios que la ley establece. Y la inversión de activos fijos se obtendrá por fuente de financiamiento donaciones y convenios.

Seminario de Graduación Banca y Finanzas

Propuesta de colocación

oferta crediticia	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	total
Tasa de interés	5%	5%	5%	8%	10%	5%	7%	6%	14%	5%	10%	20%	100%
credivi	15,930	15,930	15,930	25,488	31,860	15,930	22,302	19,116	44,604	15,930	31,860	63,720	318,600
crepemen	14,868	14,868	14,868	23,789	29,736	14,868	20,815	17,842	41,630	14,868	29,736	59,472	297,360
negocred	12744	12744	12744	20390.4	25488	12744	17841.6	15292.8	35683.2	12744	25488	50976	254,880
facicredi	8496	8496	8496	13593.6	16992	8496	11894.4	10195.2	23788.8	8496	16992	33984	169,920
fihogar	8496	8496	8496	13593.6	16992	8496	11894.4	10195.2	23788.8	8496	16992	33984	169,920
serviagro	15930	15930	15930	25488	31860	15930	22302	19116	44604	15930	31860	63720	318,600
crediedu	8496	8496	8496	13593.6	16992	8496	11894.4	10195.2	23788.8	8496	16992	33984	169,920
Cresalud	10,620	10,620	10,620	16,992	21,240	10,620	14,868	12,744	29,736	10,620	21,240	42,480	212,400
credis	10,620	10,620	10,620	16,992	21,240	10,620	14,868	12,744	29,736	10,620	21,240	42,480	212,400
Total	106,200	106,200	106,200	169,920	212,400	106,200	148,680	127,440	297,360	106,200	212,400	424,800	2124,000

CONCLUSIONES

Las micro financieras son una vía eficaz para ofrecer servicios financieros a las personas que han estado al margen del sistema financiero convencional; no obstante, a pesar de sus fortalezas persisten debilidades y retos que vinculan con la diversidad y las asimetrías entre las organizaciones micro financieras, así como las relaciones poco solidas entre los actores del sector.

Por tal razón se decidió implementar un nuevo modelo de micro financiero con el propósito de brindarle a la población del Municipio de San Marcos un mejor servicio. Lográndose lo siguiente:

1. Se Enmarcó la Base legal o leyes vigentes para constituir una Micro financiera en el municipio de San Marcos, Departamento de Carazo.
2. Se logró conocer la oferta y la demanda monetaria que existe en el municipio para impulsar un plan de financiamiento que se adapte a las características productivas y comerciales con aspectos económicos y de mercado.
3. Además se definieron las políticas y estrategias financieras a implementar para la Cooperativa con el fin de satisfacer en parte las necesidades de los futuros clientes.
4. Se elaboró la estructura organizativa y funciones de los cargos claves del personal para un buen desempeño de la misma.
5. Presentamos las nuevas estrategias del modelo a implementar en las diferentes actividades económicas que brinden la mejor tasa de interés y los mejores plazos de pago.

BIBLIOGRAFIA

Libros consultados:

6. Formulación y Evaluación de Proyectos (Gabriel Baca Urbina última edición)
7. Investigación Aplicada (Hernández Sampieri 2006)
8. Marketing (Kotler Philip Novena Edición)

Biblioweb:

<http://www.altavista.com>

<http://www.bcn.gob.ni>

<http://www.google.com>

ANEXOS

Anexo 1

ACTA CONSTITUTIVA Y ESTATUTOS DE LA COOPERATIVA “COOFICOR” R.L.

Reunidos en el Municipio de San Marcos, Departamento de Carazo a los 12 días del mes de Noviembre del año Dos Mil Diez (2010). Hemos decidido constituir como en efecto lo hacemos mediante la presente Acta Constitutiva, una Cooperativa conforme a las disposiciones establecidas en la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas. La presente Acta Constitutiva ha sido redactada con suficiente amplitud para que sirva a su vez de Estatutos Sociales, los cuales fueron debidamente debatidos y aprobados por los Asambleístas y son del tenor siguiente:

CAPITULO I Denominación, régimen de responsabilidad, duración, domicilio, y objeto.

Artículo 1:

La Asociación Cooperativa se denominará COOPERATIVA “COOFICOR” Adoptará un Régimen de Responsabilidad limitada tendrá una duración indefinida y su domicilio legal en la ciudad de San Marcos Departamento de Carazo.

Artículo 2:

El objeto de la Cooperativa es:

- Realizar todas las operaciones activas, pasivas y de servicios
- Facilitar el acceso a los recursos financieros a los pequeños y medianos empresarios
- Hacer préstamos concediendo créditos e intereses razonables
- Desarrollar proyectos económicos y sociales que beneficien a los asociados
- Gestionar o adquirir asistencia técnica para mejorar la calidad de administración y de sus servicios.

Y en general, ejecutar todos los actos y contratos que sean necesarios para la consecución de su objeto.

CAPITULO II

De los asociados

Artículo 3:

Requisitos para la Admisión:

Para ser asociado a la Cooperativa se requiere:

- a) En caso de ser personas jurídicas, tener carácter civil y sin fines de lucro.
- b) En caso de ser personas naturales: Ser mayor de edad o en caso de ser adolescente contar con la autorización de su representante legal; Ser productor, consumidor o usuario primario de bienes y servicios.
- c) Conocer los principios, Formas Organizativas, Estatutos y Normas Legales y Reglamentarias que sustentan al movimiento Cooperativo.
- d) Suscribir y cancelar las Aportaciones necesarias para la formación del capital de la Cooperativa.

CAPITULO IV

Del régimen y duración del ejercicio económico

Artículo 12:

Recursos patrimoniales

Los recursos propios de carácter patrimonial estarán constituidos por: a) Aportaciones de los asociados. b) Los excedentes acumulados en las reservas y fondos permanentes. c) Las donaciones, legados o cualquier otro aporte a título gratuito destinado a integrar el capital de la cooperativa. Los aportes de los asociados son individuales, podrán hacerse en dinero, especie o trabajo y tendrán un valor de C\$ 150 córdobas.

Artículo 13:

El ejercicio económico de la cooperativa comienza el día primero (1º) de Enero y concluye el día treinta y uno (31) de Diciembre de cada año, con excepción del primer ejercicio que se contará a partir de la protocolización en el Registro del Acta Constitutiva y los Estatutos de la Cooperativa, hasta la fecha de terminación señalada.

CAPITULO V

Fondos, reservas y excedentes

Artículo 14:

Todo lo referente a los fondos, reservas y excedentes, se regirán por las disposiciones previstas en el capítulo VII, Artículos 49, 51 y 54 de la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas.

CAPITULO VI

De las normas sobre la integración de la cooperativa

Artículo 15:

La Asamblea decidirá, previo informe presentado por la reunión conjunta de las Instancias de Administración y Control todo lo relativo a la integración, así como la organización, si fuere el caso, a la cual se adscribirá la cooperativa. Pudiendo integrarse a los Organismos de Integración, Cooperativas, Instituciones u Organismos del Estado que le garanticen el mejor desarrollo socio económico de la Cooperativa.

En todo caso la cooperativa se regirá según lo dispuesto en el Capítulo **VIII** de la Ley Especial de Asociaciones de Cooperativas.

CAPITULO VII

De los procedimientos para la reforma de estatutos

Artículo 16:

Las reformas estatutarias deben ser aprobadas por lo menos con el setenta y cinco (75%) de los asociados presentes en la reunión general de asociados o asamblea. de conformidad con lo establecido en el artículo 10 de los estatutos. El acta en la que conste la modificación de la identificación de los asociados que la aprobaron y el estatuto, se protocolizarán dentro del término de quince (15) días hábiles. Entrará en vigencia una vez otorgado y registrado el documento de modificación. Las cooperativas deberán enviar a la Superintendencia Nacional de Cooperativas, dentro De los treinta (30) días hábiles siguientes, copia simple del documento registrado con la modificación estatutaria.

CAPITULO VIII

De los procedimientos para la transformación fusión, escisión, segregación, disolución y liquidación

Artículo 17:

Todo lo referente a los procedimientos para la transformación, fusión escisión, segregación, disolución y Liquidación, se regirán por las disposiciones previstas en el capítulo XI de la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas.

CAPITULO IX

De las normas sobre el régimen disciplinario

Artículo 18:

La cooperativa establecerá en el reglamento interno las normas atinentes al régimen disciplinario de la cooperativa, el cual deberá ser aprobado por la asamblea.

CAPITULO X

De las normas sobre el trabajo cooperativo

Artículo 19:

Todo lo referente al Trabajo en la Cooperativa, se regirá por las disposiciones previstas en el capítulo V de la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas.

Disposiciones generales y transitorias

Artículo 20:

Para todo lo no previsto en estos Estatutos, se aplicaran las disposiciones contenidas en la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas, las Normas del derecho Común y los Principios Generales del Derecho, así como las disposiciones y resoluciones emanadas de la Superintendencia Nacional de Cooperativas.

Terminada la Reunión se levanto la Presente Acta que es Copia Fiel y Exacta que reposa en el Libro de Actas de Asamblea. Los Fundadores de la Cooperativa firman la misma en señal de conformidad:

NOMBRES Y APELLIDOS: C.I. No. FIRMAS

Cruz Valerio Ashley Jonathan

Narváez Potoy Dina Ruth

Anexo 2



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA



FAREM- CARAZO

Estimado señor(a): la presente encuesta tiene como objetivo recopilar información que nos ayude a entender acerca de las necesidades y problemáticas a nivel económico que tienen los habitantes del municipio de San Marcos, con el fin de satisfacer las necesidades a través del establecimiento de una institución financiera.

Tipo de negocio: _____

1. ¿Cuántos años tiene de operar su negocio?

1.1 De 1-5 años _____

1.2 De 6-10 años _____

1.3 De 7-15 años _____

1.4 De 15 a mas _____

2. ¿Ha trabajado alguna vez con crédito?

2.1 si. _____

2.2 No _____

2.3 Si su respuesta es negativa explique _____

3. ¿Qué institución financiera le ha otorgado el crédito?

3.1 FAMA _____

3.2 ACODEP _____

3.3 CARUNA _____

3.4 FUDEMI _____

3.5 LA MESETA _____

3.6 COVISAMA _____

3.7 OTROS ESPECIFIQUE _____

4. ¿Qué tipo de crédito ha solicitado?

4.1 Comercial_____

4.2 Servicio_____

4.3 Industrial_____

4.4 Personal_____

4.5 Otros especifique_____

5. ¿Que montos ha recibido?

5.1 C\$ 1000 a 4000 _____

5.2 C\$ 5000 - 8000_____

5.3 C\$ 9000 - mas_____

6. ¿Conoce la tasa de interés que se le aplica?

6.1 Si _____

6.2 No_____

7. ¿Cuánto es?

7.1 1.5% mensual _____

7.2 3% mensual_____

7.3 3.5% mensual_____

7.4 4% o mas _____

8. ¿Cuál ha sido el plazo otorgado por el crédito?

8.1 De 1 a 6 meses_____

8.2 De 7 a 12 meses_____

8.3 De 24 a mas _____

9. ¿Está satisfecho con el servicio que ha recibido de las instituciones que le han otorgado financiamiento?

9.1 Si_____

9.2 No_____

9.3 Si su respuesta es negativa explique _____

10. ¿Estaría de acuerdo con el establecimiento de una micro financiera en este Municipio?

10.1 Si _____

10.2 No _____

10.3 si su respuesta es negativa explique _____

11. ¿Qué servicio le gustaría a usted que esta institución brinde?

Crédito para:

11.1 personal _____

11.2 Comercial _____

11.3 Industrial _____

11.4 Servicio _____

11.5 Otros especifique _____

12. ¿De qué forma obtiene usted sus ingresos económicos?

12.1 Asalariado _____

12.2 Remesas Familiares _____

12.3 Otros, especifique _____

13 ¿Para qué actividad le gustaría a usted solicitar un crédito?

13.1 Mejoras de Vivienda _____

13.2 Compra de Maquinaria _____

13.3 Gastos Familiares _____

13.4 Compra de Insumos _____

13.5 Otros, Especifique _____

14 ¿Si pudiera aumentar su producción cuantas manzanas más produciría?

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 3



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA



FAREM- CARAZO

Estimados señor(a), la presente encuesta tiene como objetivo recopilar información que nos ayude a atender las necesidades y problemáticas del sector Agrícola del Municipio de San Marcos, con el fin de satisfacerlas a través del establecimiento de una institución financiera.

1. ¿Ha solicitado financiamiento para el desarrollo de su producción?

1.1 Si_____

1.2 No_____

1.3 Si su respuesta es negativa explique_____

2. ¿Qué institución le ha otorgado ese crédito?

2.1 FAMA_____

2.2 ACODEP_____

2.3 CARUNA_____

2.4 FUDEMI_____

2.5 LA MESETA_____

2.6 COVISAMA_____

2.7 OTROS ESPECIFIQUE_____

3. ¿Qué tipo de crédito ha solicitado?

3.1 Crédito Agrícola_____

3.2 Crédito avícola _____

3.3 Crédito Ganadero_____

3.4 Otros, especifique_____

4. ¿Que montos ha solicitado usted?

4.1 C\$ 1000 a 4000_____

4.2 C\$ 5,000- 8000_____

4.3 C\$ 9 ,000 a mas_____

5. ¿Cuál es la tasa de interés que se le ha cobrado?

5.1 1.5% mensual_____

5.2 3% mensual_____

5.3 3.5% mensual_____

5.4 4% a mas _____

6. ¿A qué plazo se le ha otorgado el crédito?

6.1 De 1 a 6 meses_____

6.2 De 7 a 12 meses_____

6.3 De 24 a mas_____

7. ¿Está satisfecho con el servicio que ha recibido de las instituciones que le han otorgado financiamiento?

7.1 Si_____

7.2 No_____

7.3 Si su respuesta es negativa explique_____

8. ¿Usted trabaja con capital propio o capital financiado?

8.1 Si_____

8.2 No_____

9. ¿Estaría de acuerdo con el establecimiento de una Micro financiera en este municipio?

9.1 Si_____

9.2 No_____

9.3 si su respuesta es negativa explique

¿Que servicio le gustaría a usted que esta institución brinde y en qué condiciones aceptaría un crédito?

9.3 Bajas tasas de interés_____

9.4 Plazo acorde al financiamiento_____

9.5 Trámite rápido_____

9.6 Buena atención_____

9.7 Otros, especifique_____

10 ¿Cuántos años tiene usted de trabajar su tierra?

11.1 De 1-5 años_____

11.2 De 5-10 años _____

11.3 De 10-15 años_____

11.4 De 15 o mas_____

11 ¿Además de la producción Agrícola, que otra fuente de ingresos obtiene?

12 ¿Cuál sería el destino del crédito otorgado?

12.3 Granos y semillas_____

12.4 Fertilizantes_____

12.5 Herbicidas_____

12.6 Fungicidas_____

12.7 Plaguicidas_____

12.8 Herramientas de Cultivo_____

12.9 Maquinarias _____

12.10 Otros, especifique_____

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 4

Tablas de Frecuencia

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A PRODUCTORES AGRICOLAS

FIG. 1 Ha solicitado financiamiento para el desarrollo de su producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	18	60%	60%	60%
no	12	40%	40%	40%
Total	30	100,0	100,0	100%

Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

FIG.2Que institución le ha otorgado ese crédito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Fama	2	6,7	7,1	7,1
Acoddep	5	16,7	17,9	25,0
Caruna	3	10,0	10,7	35,7
La Meseta	5	16,7	17,9	53,6
Fundeser	2	6,7	7,1	60,7
FDL	10	33,3	35,7	96,4
ASODENIC	1	3,3	3,6	100,0
Total	28	93,3	100,0	
Perdidos Sistema	2	6,7		
Total	30	100,0		

Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

FIG.3 Qué tipo de crédito ha solicitado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Agrícola	25	83,3	83,3	83,3
Avícola	2	6,7	6,7	90,0
Ganadero	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG.4 Qué monto ha solicitado usted

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De 1000 a 4000	3	10,0	10,3	10,3
De 5000 a 8000	10	33,3	34,5	44,8
De 9000 a más	16	53,3	55,2	100,0
Total	29	96,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	3,3		
Total	30	100,0		

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG.5 Cuanto es la tasa de interés que se le ha cobrado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1.5%	7	23,3	25,0	25,0
3%	6	20,0	21,4	46,4
3.5%	1	3,3	3,6	50,0
4% a más	14	46,7	50,0	100,0
Total	28	93,3	100,0	
Perdidos Sistema	2	6,7		
Total	30	100,0		

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG.6 A qué plazo se le ha otorgado el crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 1 a 6 meses	8	26,7	27,6	27,6
	De 7 a 12 meses	13	43,3	44,8	72,4
	De 24 meses a más	8	26,7	27,6	100,0
	Total	29	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	3,3		
Total		30	100,0		

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG.7 Está satisfecho con el servicio que ha recibido de las instituciones que le han otorgado financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	24	80,0	82,8	82,8
	no	5	16,7	17,2	100,0
	Total	29	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	3,3		
Total		30	100,0		

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG. 8 Usted trabaja con capital propio o capital financiado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	11	36,7	37,9	37,9
	no	18	60,0	62,1	100,0
	Total	29	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	3,3		
Total		30	100,0		

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG.9 Estaría de acuerdo con que se estableciera una micro financiera en este Municipio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	30	100,0	100,0	100,0

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG. 10

Qué servicio le gustaría a usted que esta institución brinde y en qué condiciones aceptaría un crédito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajas tasas de interés	10	33,3	33,3	33,3
Plazo acorde al financiamiento	8	26,7	26,7	60,0
trámite rápido	6	20,0	20,0	80,0
Buena atención	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG. 11 Cuántos años tiene usted de trabajar su tierra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos de 1 a 5 años	2	6,7	6,7	6,7
de 6 a 10 años	2	6,7	6,7	13,3
de 7 a 15 años	3	10,0	10,0	23,3
de 15 a más	23	76,7	76,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a productores agrícolas

FIG.12 Además de la producción agrícola , que otra fuente de ingresos obtiene

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	19	63,3	63,3	63,3
Asalariado	1	3,3	3,3	66,7
Pensión	1	3,3	3,3	70,0
Producción de cítricos	1	3,3	3,3	73,3
solamente cítricos	1	3,3	3,3	76,7
solo siembra	1	3,3	3,3	80,0
Trabaja al campo	1	3,3	3,3	83,3
Trabaja de albañil y en zapatería	1	3,3	3,3	86,7
Trabaja de CPF	2	6,7	6,7	93,3
Trabaja en gasolinera	1	3,3	3,3	96,7
Venta de leña	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

FIG.13Cuál sería el destino del Crédito otorgado

DESTINO DEL CREDITO	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Granos y semillas	23	35,4%	95,8%
Fertilizantes	15	23,1%	62,5%
Herbicidas	8	12,3%	33,3%
Fungicidas	6	9,2%	25,0%
Plaguicidas	6	9,2%	25,0%
Herramientas de cultivo	4	6,2%	16,7%
Maquinarias	3	4,6%	12,5%
Total	65	100,0%	270,8%

FIG.13Cuál sería el destino del Crédito otorgado

DESTINO DEL CREDITO	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Granos y semillas	23	35,4%	95,8%
Fertilizantes	15	23,1%	62,5%
Herbicidas	8	12,3%	33,3%
Fungicidas	6	9,2%	25,0%
Plaguicidas	6	9,2%	25,0%
Herramientas de cultivo	4	6,2%	16,7%
Maquinarias	3	4,6%	12,5%
Total	65	100,0%	270,8%

Fuente: encuesta realizada a productores agricolas

Anexo 5 Tablas de Frecuencia

ANALISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS

FIG. 1

Tipo de negocio				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos pulpería	23	46,0	46,0	46,0
Venta de hamburguesa	3	6,0	6,0	52,0
Tienda	2	4,0	4,0	56,0
Cyber	1	2,0	2,0	58,0
Venta de pintura	2	4,0	4,0	62,0
Distribuidora	3	6,0	6,0	68,0
Billares	1	2,0	2,0	70,0
Farmacia	1	2,0	2,0	72,0
Venta de verduras	4	8,0	8,0	80,0
Venta de queso	1	2,0	2,0	82,0
Carnicería	1	2,0	2,0	84,0
Veterinaria	1	2,0	2,0	86,0
Barbería	2	4,0	4,0	90,0
Venta de repuestos	1	2,0	2,0	92,0
Venta de calzado	1	2,0	2,0	94,0
Cominería	1	2,0	2,0	96,0
Nintendo	1	2,0	2,0	98,0
Librería	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 2 Cuántos años tiene de operar en su negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos de 1 a 5 años	20	40,0	40,8	40,8
de 6 a 10 años	8	16,0	16,3	57,1
de 7 a 15 años	10	20,0	20,4	77,6
de 15 a más	11	22,0	22,4	100,0
Total	49	98,0	100,0	
Perdidos Sistema	1	2,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 3 Ha trabajado alguna vez con crédito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	40	80,0	81,6	81,6
no	9	18,0	18,4	100,0
Total	49	98,0	100,0	
Perdidos Sistema	1	2,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 4 Qué institución financiera le ha otorgado el crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Fama	11	22,0	35,5	35,5
	Acodep	3	6,0	9,7	45,2
	Caruna	6	12,0	19,4	64,5
	Fudemi	1	2,0	3,2	67,7
	La Meseta	6	12,0	19,4	87,1
	Covisama	1	2,0	3,2	90,3
	Fundeser	3	6,0	9,7	100,0
	Total	31	62,0	100,0	
Perdidos	Sistema	19	38,0		
Total		50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 5 Qué tipo de crédito ha solicitado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comercial	34	68,0	81,0	81,0
	Servicio	4	8,0	9,5	90,5
	Industrial	1	2,0	2,4	92,9
	Personal	3	6,0	7,1	100,0
	Total	42	84,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	16,0		
Total		50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 6 Qué monto ha recibido en Córdoba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos de 1000 a 4000	9	18,0	21,4	21,4
de 5000 a 8000	13	26,0	31,0	52,4
de 9000 a más	20	40,0	47,6	100,0
Total	42	84,0	100,0	
Perdidos Sistema	8	16,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 7 Conoce la tasa de interés que se le aplica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	36	72,0	85,7	85,7
no	6	12,0	14,3	100,0
Total	42	84,0	100,0	
Perdidos Sistema	8	16,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 8 Cuanto es la tasa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1.5%	13	26,0	32,5	32,5
	3%	22	44,0	55,0	87,5
	4% a más	5	10,0	12,5	100,0
	Total	40	80,0	100,0	
Perdidos	Sistema	10	20,0		
Total		50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 9Cuál ha sido el plazo otorgado por el crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 1 a 6 meses	10	20,0	23,8	23,8
	De 7 a 12 meses	27	54,0	64,3	88,1
	De 24 meses más	5	10,0	11,9	100,0
	Total	42	84,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	16,0		
Total		50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG 10

**Está satisfecho con el servicio que ha recibido de las
instituciones que le han otorgado financiamiento**

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	37	74,0	84,1	84,1
no	7	14,0	15,9	100,0
Total	44	88,0	100,0	
Perdidos Sistema	6	12,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

**FIG. 11 Estaría de acuerdo con que se estableciera una micro
financiera en este Municipio**

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	43	86,0	89,6	89,6
no	5	10,0	10,4	100,0
Total	48	96,0	100,0	
Perdidos Sistema	2	4,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

**FIG. 12 Qué servicio le gustaría a usted que esta institución le
brinde**

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos personal	12	24,0	26,7	26,7
comercial	22	44,0	48,9	75,6
industrial	4	8,0	8,9	84,4
servicio	7	14,0	15,6	100,0
Total	45	90,0	100,0	
Perdidos Sistema	5	10,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG 13 De qué forma obtiene usted sus ingresos económicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos asalariado	11	22,0	73,3	73,3
remesas familiares	4	8,0	26,7	100,0
Total	15	30,0	100,0	
Perdidos Sistema	35	70,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

FIG. 14 Para qué actividad le gustaría a usted solicitar un crédito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Mejoras de vivienda	15	30,0	37,5	37,5
compra de maquinaria	6	12,0	15,0	52,5
gastos familiares	1	2,0	2,5	55,0
compra de insumos	18	36,0	45,0	100,0
Total	40	80,0	100,0	
Perdidos Sistema	10	20,0		
Total	50	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios

Anexo 8 GLOSARIO

- **Servicio:** El servicio es intangible ya que no tienen tamaño ni base pero si cuenta con calidad, además de ser un producto cuenta con un gran respaldo en comparación con las demás sociedades cooperativistas.
- **Producto:** Es todo aquello que se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o deseo.
- **Promoción:** Básicamente la promoción es un ejercicio de información, persuasión o influencia esos tres términos están relacionados en lo que la información persigue en forma inversa.
- **Mercado:** El mercado es el conjunto de 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.
- **Demanda:** En términos generales, la "**demanda**" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.
- **Oferta:** En un sentido general, la "**oferta**" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.
- **COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO:** Se denominarán cooperativas de ahorro y crédito las cooperativas de servicio que tengan por objeto único y exclusivo brindar servicios de intermediación financiera en beneficio de sus socios.

- **Captación:** Es captar o recolectar dinero de las personas u organizaciones. Este dinero, dependiendo del tipo de cuenta que tenga una persona, (cuenta de ahorros, cuenta corriente, certificados de depósito a término fijo, etc.), gana unos intereses (intereses de captación, representados por la tasa de interés de captación). En resumen, al banco le interesa que las personas o empresas pongan su dinero en su sistema, por lo tanto, éste les paga una cantidad de dinero por poner sus recursos en los depósitos del banco.
- **Colocación** es lo contrario a la captación. La colocación permite poner dinero en circulación en la economía, ya que los bancos toman el dinero o los recursos que obtienen a través de la captación y, con éstos, otorgan créditos a las personas, empresas u organizaciones que los soliciten. Por dar estos préstamos los bancos cobran, dependiendo del tipo de préstamo, una cantidad determinada de dinero llamados intereses (intereses de colocación), la cual se define a través de la tasa de interés de colocación.
- **Recuperación:** Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta.
- **Garantía fiduciaria:** para tener acceso a cualquiera de los servicios se requiere de un fiador solidario que lleve una serie de requisitos y de esta manera se hace más fácil el trámite.
- **Garantía prendaria:** en este caso se aceptan todos tipos de prenda, a excepción de (licuadoras, lanchas, abanicos, camas etc.)
- **Garantía hipotecaria:** comprende todo aquello que sea un bien inmueble (terreno, edificio y maquinaria)